

Közgáz diáktudós

Versenyképesség és felelősség

TDK Könyvtár

A sorozat kötetei:

Közgáz diáktudós 2010

Közgáz diáktudós – Piac és verseny

Közgáz diáktudós – Üzleti modellek,
gazdasági és társadalmi hatások

Közgáz diáktudós – Verseny és versenyképesség

Közgáz diáktudós – Gazdasági-társadalmi fejlődés
és fenntarthatóság

Közgáz diáktudós – Versenyképesség és felelősség

Szerkesztette:

Juhász Péter, Wimmer Ágnes

Közgáz diáktudós

Versenyképesség és felelősség

Válogatás a BCE Közgáz Campus tudományos diákköri munkáiból



Tudományos
Diákköri
Konferencia

© A kötet szerkesztői:
Juhász Péter, Wimmer Ágnes, 2012

© A kötetben szereplő tanulmányok szerkesztői:
Jenes Barbara, Juhász Péter, Novák Zsuzsanna, Wimmer Ágnes, 2012

© Szerzők:
Bakonyi Zoltán, Berei Bea Emőke, Bóta Nikolett, Bischóf Bernadett,
Dósa Márton, Hoffmann Janka Enikő, Ignácz Péter, Jentetics Kinga,
Nagy András, Nemes Anikó Katalin, Rausch Márton, Szenczi Roland,
Tétényi László, Villányi Benjámin, 2012

Kiadja:
a Budapesti Corvinus Egyetem Közgáz Campusa:
Gazdálkodástudományi Kar, Közgazdaságtudományi Kar,
Társadalomtudományi Kar
1093 Budapest, Fővám tér 8.
E-mail: tdkkotet@uni-corvinus.hu, tdk@uni-corvinus.hu
www.uni-corvinus.hu, tdk.uni-corvinus.hu

és az

Alinea Kiadó
1013 Budapest, Pauler u. 2.
E-mail: alinea@alinea.hu
www.alinea.hu

Borító: © Molnár-Polányi Petra, 2012

*A kötet a Budapesti Corvinus Egyetem TÁMOP-4.2.2/B-10/1-2010-0023
számú projektje támogatásával jött létre.*

ISBN 978-963-9659-94-0

Minden jog fenntartva.

Tartalom

Előszó	7
Bakonyi Zoltán Szervezeti demokrácia és stratégiaalkotás	13
Dósa Márton – Hoffmann Janka Enikő Fogyatékosok foglalkoztatása a nagyvállalatoknál – motivációk és hozzáállás	27
Ignác Péter – Nagy András Irány kelet! – avagy lehet-e még sztorit adni a Budapesti Értéktőzsdének?	41
Berei Bea Emőke – Bóta Nikolett Magyar devizatartalék: államadósság-csökkentés a tartalékból?	57
Rausch Márton – Szenczi Roland Pénzügyi zsákutca vagy gazdasági sikertörténet? – A Soproni Kékfrank elemzése	75
Tétényi László Optimális árukapcsolás	91
Villányi Benjámin Országúti fuvarozás a piaci kudarcok tükrében	105
Nemes Anikó Katalin Egy hungarikum esélyei: a magyar fűszerpaprika versenyképessége	121

Bischóf Bernadett	135
Létezhet legális zenefogyasztás Magyarországon?	
Jentetics Kinga	151
A zene és az országimázs kapcsolata	
– Magyarország példáján keresztül	
Szekciólista	169

Előszó

2012 novemberében harmadik alkalommal rendezzük meg a Budapesti Corvinus Egyetem (BCE) Közgáz Campusán a TDK Mozaik népszerűsítő konferenciát, ahol a TDK könyvtár sorozat ötödik és hatodik kötetét is bemutatjuk. A Közgáz Diáktudós – Versenyképesség és fenntarthatóság című válogatáskötetben tíz, a 2012. évi tudományos diákköri (TDK) konferencián helyezést elért dolgozat szerkesztett, e célra átdolgozott változata, valamint a konferencia szekcióinak listája szerepel. A könyvsorozat ez évi másik tagja a Közgáz Diáktudós – Gazdasági-társadalmi fejlődés és fenntarthatóság című kötet, melyben hét első helyezést elért TDK-dolgozat alapján készült, a szerzők által átdolgozott, rövidített tanulmányok szerkesztett változata kapott helyet. A kötet végén a 2012. évi tudományos diákköri konferencia díjnyertes dolgozatainak listáját is közzétesszük. E tanulmányok is érzékeltetik a campus karain készülő tudományos diákköri munkák tartalmi sokszínűségét, melyek a közgazdaságtan, a gazdálkodástudományok, társadalomtudományok számos releváns elméleti és gyakorlati kérdését elemzik.

Egyetemünkön a Gazdálkodástudományi, Közgazdaságtudományi és Társadalomtudományi Karok közös tudományos diákköri tevékenysége évtizedes hagyományokra épül, mely az elmúlt években – pályázati források támogatását is felhasználva – jelentősen bővült. A hagyományosan tavasszal megrendezett TDK-konferencia mellett különböző népszerűsítő, tájékoztató, felkészítő, értékelő rendezvények és

kiadványok kerültek be a TDK „menetrendjébe”, fejlesztettük a támogató informatikai háttérrel, díjakat hoztunk létre a TDK-tevékenységben kiemelkedő hallgatók és oktatók részére, s külön figyelmet és erőforrásokat fordítottunk az országos versenyen, az OTDK-n való részvétel népszerűsítésére és a felkészítésre. Mondhatjuk, a TDK-tevékenység ezzel az egész tanévre kiterjedő programsorozattá növekedett, mely élénk hallgatói érdeklődés mellett zajlik.

A Közgáz Campus TDK-konferenciáin évente mintegy négyszáz hallgató versenyez. 2012 tavaszán a meghirdetett 42 szekcióba rekordszámú, 358 dolgozatot adtak le. Összesen 405 hallgató vett részt, a többség önálló dolgozattal, egyötödük kétvagy háromszerzős dolgozattal, s a szerzők közel 10 százaléka több munkával is indult a versenyen. A dolgozatok 72%-a, 259 munka jutott a szóbeli fordulókba, ahol 168 díjat osztottak ki a zsűrik, s 172 dolgozatot javasoltak a kétfévente megrendezésre kerülő Országos Tudományos Diákköri Konferencián (OTDK) való részvételre. A legutóbbi, 2011. évi XXX. Jubileumi OTDK-n kiemelkedően szerepeltek karaink: hat szekcióban összesen 134 dolgozattal indultak, s 19 első, 20 második és 20 harmadik helyezést, valamint 19 különdíjat nyertek hallgatóink. Ezzel a jubileumi OTDK 16 tematikus szekciója közül a Közgazdaságtudományi és a Társadalomtudományi szekciókban is a BCE volt a legeredményesebb, négy hallgatónk pedig elnyerte az OTDT Pro Scientia Aranyérmét is, mely a hallgatói tudományos életpálya kiemelt elismerése. A következő, 2013. évi OTDK-n a campus 2011. és 2012. évi konferenciáin a zsűrik által jelölt dolgozatok indulhatnak – köztük az e válogatáskötetben szereplő szerzők munkái is.

A 2010-ben indított Közgáz Diáktudós könyvsorozat folytatását pályázati források segítették, nevezetesen a Budapesti Corvinus Egyetem TÁMOP-4.2.2.B-10/1-2010-0023 számú

programjának kapcsolódó alprojektje által nyújtott támogatás. E kötetben két olyan tanulmány is szerepel (Bakonyi Zoltán, valamint Dósa Márton és Hoffmann Janka Enikő munkái), melyek szerzőit a „Közösen a jövő munkahelyeiért” Alapítvány egyszeri ösztöndíjban részesített TDK-dolgozatukért. Ezúton is köszönjük a támogatásokat.

Köszönet illeti mindazokat az egyetemi oktatókat, kutatókat és külső szakembereket, akik a TDK-tevékenységet szakmailag és szemléletmódjukkal támogatják és ösztönzik, konzulensként, opponensként, szekciótitkárként, zsűritagként közreműködnek; a tapasztalataikat továbbadó korábbi TDK-szerzőket, s természetesen az ez évi verseny résztvevőit is. Köszönjük az idei válogatáskötetek szerzőinek munkáját is, akik vállalkoztak TDK-dolgozataik e kötetekbe illeszkedő, szélesebb szakmai közönségnek szánt rövidített változatának elkészítésére.

Reméljük, hogy a TDK könyvtár idei kötetei is hasznos és izgalmas ízelítőt adnak a TDK-munkákból az Olvasóknak, s egyben ösztönzést jelentenek azoknak a leendő szerzőknek, akik fontolgatják, hogy hasonló felfedezésekre indulnak, egy-egy új szakmai terület vagy éppen egy már ismerős téma mélyebb megismerését célul kitűzve. Kellemes és hasznos barangolást kívánunk a Közgáz Diáktudós sorozatban megjelent cikkek és a BCE Központi Könyvtára adatbázisában elérhető dolgozatok között, bízva az e hagyományokra épülő sikeres folytatásban.

Wimmer Ágnes
egyetemi docens
BCE Gazdálkodástudományi Kar, TDT-elnök

Tanulmányok

A következő oldalakon a 2012. évi Tudományos Diákköri Konferencián helyezést elért dolgozatok alapján készült tanulmányokat mutatunk be, melyeket a szerzők e kötethez dolgoztak át, rövidítettek le. Az eredeti dolgozatok elektronikus változata elérhető a tdk.uni-corvinus.hu oldalon, illetve a BCE Központi könyvtárának adatbázisában.

Bakonyi Zoltán

Szervezeti demokrácia és stratégiaalkotás

A tudás mint vállalati erőforrás szerepének felértékelődésével és a verseny növekedésével egyre fontosabb az, hogy a vállalat tagjai megosszák egymással az erőforrásokról szóló tudásukat. Tanulmányomban a vezetéstudomány szemszögéből vizsgálom, miként járulhat hozzá ehhez a szervezeti demokrácia. Egy teoretikus modell segítségével bemutatom az autoriter, illetve a demokratikus vezetés hozzájárulását. Következtetésem szerint a demokratikus vezetés jobban motiválja a vállalat tagjait arra, hogy részt vegyenek a stratégiaalkotásban és megvalósítsák a terveket.

Bevezetés

A demokratikus értékek alkalmazása egyre szélesebb körben terjed a vezetéstudományban és a menedzsmentben. Tanulmányomban ennek a jelenségnek az eredetét és stratégiai

előnyeit elemzem. Célom a szervezeti demokrácia alapjainak, valamint a stratégiaalkotásban elfoglalt szerepének bemutatása. Az első fejezetben a szervezeti demokrácia megnyilvánulási formáit tekintem át. Ezt követően egy vezetéseméleti keret segítségével bemutatom, milyen információs kihívással néz szembe napjaink menedzsmentje. Eerre a kihívásra keresem a megoldást mind az autokratikus, mind a demokratikus vezetés elemzésével. A tanulmány fő hipotézise, hogy a demokratikus vezetés jobban motiválja a munkavállalókat az erőforrásokról szóló információk megosztásában.

A szervezeti demokrácia gyakorlati megközelítései

A szervezeti demokrácia megvalósulási formái közül három elkülönülő modellt különböztetek meg.

Az első a *vállalati szakszervezetek és az üzemi tanácsok*. Ez az irányzat közel egyidős a szakaszervezeti mozgalmakkal (De Jong–Van Witteloostuijn, 2004). A modell eredete a tőke és munka ellentmondása, miszerint a munkavállaló (munkás) a tulajdonos eszközeit alkalmazva állít elő értéket szintén a tulajdonosoknak (tőkés). Ezek alapján a munkavállaló abban érdekelt, hogy minél feljebb, a tulajdonos pedig minél lejjebb szorítsa a munkaórára jutó kompenzáció mértékét (Collins, 1995). Itt az üzemi tanács egy ellensúly, amely a tulajdonosokkal szemben képes a dolgozó érdekét érvényesíteni (De Jong–Van Witteloostuijn, 2004). Kapcsolatukat elsősorban a munkajog szabályozza. E megközelítés nagy hátránya, hogy a munkavállaló és a tulajdonos érdekellentétét nem szünteti meg, csak jogi keretek közé szorítja, így a két érintett fél általában nem közös, hanem egyéni célokra optimalizál.

A második modell a *részvénytulajdonlás, amellyel a munkavállalók is tulajdonossá válnak* és így alapvető tulajdonosi jogaikkal élve vehetnek részt a vállalat irányításában. Fontos, hogy ebben az esetben a munkavállaló közvetlenül lesz motivált a jobb teljesítményben, hisz ezáltal közvetlenül növelheti saját vagyonát (De Jong–Van Witteloostuijn, 2004).

E megközelítés nagy hátránya, hogy az alkalmazási lehetősége korlátozott, csak részvénytársaság vagy szövetkezeti formában működő, illetve fejlett jogi szabályozás mellett megvalósítható (Forcadell, 2005), másrészt az eredeti tőketulajdonosok sokszor még így is nagy befolyással vannak a végső döntésekre.

A harmadik a *menedzsmentmegközelítés*. Ebben az esetben a menedzsment a vezetésen keresztül vonja be a munkavállalókat a vállalati döntéshozatalba (Collier–Esteban, 1999). Ennek nagy előnye, hogy nincs szükség speciális jogi szabályozásra a megvalósításához, így azonban nincs biztosíték sem arra, hogy a vállalat hosszú távon ezt a jogot biztosítja munkavállalóinak.

E tanulmányban elsősorban a menedzsmentmegközelítést alkalmazom. Egyrészt a választott vezetésstudományi megközelítéshez ez a modell áll a legközelebb, másrészt ez a legkevésbé kötött, bármilyen jogi és tulajdonosi háttérrel megvalósítható. Harmadrészt, mert összeegyeztethető mindkét korábban bemutatott modellel is.

A vállalatvezetés információs kihívása

A következőkben az erőforrás-alapú elmélet keretének alkalmazásával mutatom be napjaink vállalatvezetésének egyik legfontosabb információs kihívását. A szervezeti demokrácia hatásainak vizsgálatakor ez lesz elemzésem alapja.

Erőforrás-alapú vállalatelmélet

Az erőforrás-alapú elmélet szerint a vállalatok teljesítménykülönbségeit azok költségesen másolható belső adottságai magyarázzák (Conner, 1991). Wernerfelt (1984) belső adottságoknak a vállalat erőforrás-portfólióját tekintette, amely hozzájárul a vállalat stratégiájának megvalósulásához (Barney–Arikan, 2006). Az erőforrások együttes működését lehetővé tevő vállalati adottságokat képességeknek nevezzük (Grant, 1991). A képességek integrációjával magasabb szintű képességek fejlődhetnek ki, melyek hierarchiája kialakítja a képességek felépítését (Grant, 1996). Ezek alapján megkülönböztethetünk erőforrásokat, képességeket, valamint szervezeti képességeket, amelyek komplex rendszert alkotnak a vállalatban.

Információs kihívás

Ahhoz, hogy sikeres stratégiát alkosson a vállalat, megfelelő információra van szükség az erőforrásokról. Ez két ok miatt is jelentős kihívást jelent.

1. Az erőforrásokról a szervezet egyetlen tagja sem rendelkezik teljes körű információval.

Simon (1978) szerint a szervezetek egyik legkritikusabb szűkös erőforrása a figyelem. Minél erősebb a komplexitás a szervezetben, annál kevesebb információt képes az egyén befogadni, a korlátozott racionalitása miatt (Simon, 1979). Ezek alapján *az erőforrásokról szóló információkat a szervezet különböző tagjaitól szükséges beszerezni.*

2. A szervezet tagjai azt az erőforrást ismerik jobban, amely-lyel szorosabb kapcsolatban állnak.

Reed és De Filippi (1990) szerint az erőforrások megismerését nehezítik azok belső tulajdonságai, a specifikusság, a tacit* jelleg és a komplexitás. Ezek a tulajdonságok, azonban viszonylagosak az eltérő erőforrás-észlelés miatt, így előfordulhat, hogy ugyanaz az erőforrás a szervezet egyik tagjának nagyon specifikus, míg a másik könnyedén átlátja azt. Ezek alapján *minél szorosabb az egyén kapcsolata az erőforrásokkal, annál jobban ismerheti is azokat.*

Mivel a menedzsment magasabb szintű képességekkel áll kapcsolatban (például üzletágak koordinálása, az alapvető képesség fejlesztése), mint az úgynevezett vonalbeli munkatársak (például a gépsor működtetése, funkcionális specifikus tudás), ezért a stratégiai központ inkább kontextuális információkkal rendelkezik az erőforrásokról. Másrészt a vonalbeli munkatársak gyakorlatorientált feladatokat látnak el, így szorosabb a kapcsolatuk az alacsonyabb szintű képességekkel és erőforrásokkal, ezért jobban ismerik azok napi működését.

Az előbbi két megállapításból következtetve nem nehéz belátni, hogy a megfelelő *stratégia kialakításához a vállalat különböző részeiről szükséges információt beszerezni.*

Az információáramlás és a döntéshozatal kérdésköre a politikatudományban is megjelenik. Goodin és Klingemann (2003) szerint az információ és a tudás megszerzése nagy költség a döntéshozóknak, viszont pontosan ez segítené őket,

* Egy erőforrás tacit jellege a nehezen megfogalmazható, nehezen leírható jellegét fejezi ki. Ezek alapján lehetséges, hogy olvashatunk a biciklizés helyes módjáról, azonban csak gyakorlással tudjuk azt megfelelően elsajátítani, így a biciklizés képessége tacit tudás.

hogy a végeredményt a nekik megfelelő irányba befolyásolják. Kérdés, hogy miként alakítható ki a motiváció, hogy a képviselők megszerezzék a döntéshez szükséges szaktudást.

A vállalatok esetében ezen információáramlást megvizsgálva a három belső érintettcsoportot szükséges megfigyelnünk, a tulajdonosokat, a menedzsmentet és a munkavállalókat. Mindhárom érintettnél megjelenik az információs aszimmetria. Az érintettek közül a tulajdonos a legszélsőségesebb esetben* kizárólag a teljesítményről rendelkezik információval. A munkavállalók az erőforrásokat ismerik jobban, a menedzsment pedig azok kontextusát. A tulajdonosok és a menedzsment kapcsolatát a klasszikus megbízó-ügynök probléma írja le (Jensen, 1990). Ugyanakkor a menedzsment és a munkavállalók között is fennállhat a morális kockázat (Collins, 1995). Ebben az esetben a munkavállaló kevesebb információt ad ki a stratégiaalkotáshoz, a menedzsment pedig nem ad ki elegendő információt az összvállalati erőforrásokról (például a rendelkezésre álló bérkeretről), így több munkát vár el a munkavállalóktól.

A leírt információs kihívás két indokból is kiemelkedően fontos napjainkban. Egyrészt *a tudás szerepe egyre jobban felértékelődik* még a kevésbé innovációorientált iparágakban is (De Jong–Van Witteloostuijn, 2004). Ezért különösen fontos, hogy az érintettek megosszák tudásukat, ismereteiket, és a vállalati célok megvalósításáért dolgozzanak. Másrészről pedig *a környezet változékonysága tovább erősödött*, ezáltal megnőtt a vállalatok részéről a stratégiai adaptáció igénye. Ezt szintén csak együttműködő, proaktív munkavállalókkal lehetséges stabilan biztosítani.

Összességében tehát az erőforrás-alapú elmélet legnagyobb információs kihívása az, hogy miként motiválhatjuk

* Ekkor a tulajdonos nem vesz részt a vállalat napi működésében, teljes a személyi elkülönülés.

a munkavállalókat és a menedzsmentet arra, hogy megosszák információikat és megvalósítsák a stratégiát, növelve ezzel a tulajdonosi értéket. Több szerző is kiemeli, hogy a szervezeti demokrácia hozzájárul ehhez a folyamathoz. A következőkben ezért azt vizsgálom, hogy a demokratikus vezetés miként segíti elő (1) a stratégiaalkotáshoz és az innovációhoz szükséges információ megosztását és (2) annak implementációját.

Az autokrácia és a demokrácia válaszai

A következőkben azt elemzem, hogy a különböző, az autoriter és a demokratikus vezetői szerepek miként jelenhetnek meg a menedzsmentben, majd megvizsgálom, hogy az előző fejezetben bemutatott információs kihívást miként kezelik.

Autokratikus és demokratikus vezetői szerepek

Véleményem szerint mind az autokratikus, mind a demokratikus vezetést meghatározza három előfeltevés. Ezek a vezetéshez szükséges legitimáció, a vezetett munkavállalók hozzáállásáról és ezek által a vezetés céljáról alkotott elképzelések.

Legitimáció. Az autoriter vezetés alapfeltevése, hogy a vállalat legfőbb érintettje az azt birtokló tulajdonos. A tulajdonos nevezi ki az első számú vezetőt, aki felelős a vállalat teljesítményéért. A demokratikus megközelítés a tulajdonos fontosságát nem tagadja, viszont kiegészíti azzal, hogy a vállalat teljesítményének legfontosabb elemét a munkavállalók adják, ezért fontos, hogy ők legitimálják a vezetői döntéseket.

A munkavállalók hozzáállása. Az autoriter megközelítés szerint a munkavállaló adott képességekkel rendelkezik, amelyek birtokában a vállalat javára lemond szabadidejének egy

részéről kompenzációért cserébe. A demokratikus megközelítés alapja, hogy a munkavállaló számára a munkahelye az önmegvalósításának egy terepe, így teljesítményéért cserébe anyagi és nem anyagi kompenzációt egyaránt kap.

A vezetés célja. Az autoriter vezetés célja a munkavállalók irányítása hatékonyságuk növelésével, a célok megvalósítása érdekében. A demokratikus vezetés ezzel szemben sokkal inkább a munkavállalók koordinációját tartja homlokterében, elősegítve, hogy azok minél jobban kiteljesíthessék képességeiket a vállalaton belül.

A vezetői szerepek (lásd Dobák–Antal, 2010) mindegyikét értelmezhetjük autoriter és demokratikus megközelítés szerint:

Stratégiaalkotás. Autoriter vezetési stílus esetén a tulajdonosi elvárásoknak megfelelő célok kitűzése után egy szűk körű stratégiai vezetés látja el a stratégiaalkotás feladatát. Ehhez a vezetés feladata a munkavállalóktól az információk begyűjtése, azok feldolgozása, majd döntéseik kommunikálása a munkavállalók felé. Demokratikus megközelítés mellett a stratégiaalkotás lényege, hogy a szervezeti tagok közös alkufolyamat részeként alakítják ki az elérendő célokat és az oda vezető stratégiát.

Szervezés. A szervezés autoriter megközelítésének alapja az egyértelmű hierarchia és eljárásrend, amelyek segítségével megvalósítható az információ és a döntések kommunikációja. A demokratikus vezetés ezzel szemben sokkal inkább mellérendelt szerepben működik. Ez különösen fontos, hisz ezáltal valósulhat meg a legkönnyebben, hogy a munkavállalók részt vegyenek a döntések meghozatalában.

Közvetlen irányítás. Az autoriter irányítás lényege, hogy a vezető a lehető legpontosabban meghatározza, hogy mit vár el a munkavállalótól, ezáltal elsődlegesen a szervező, mene-

dzseri szerepek fontosak számára. A demokratikus közvetlen irányítás ezzel szemben arra helyezi a hangsúlyt, hogy elősegítse a munkavállalót abban, hogy a megtalálja, miként képes a lehető legmegfelelőbben elvégezni a rá bízott feladatot. Itt elsősorban a leader szerepek elsődlegesek.

Kontroll. Az autoriter kontroll célja a nagyon pontosan meghatározott munkafeladatok végrehajtása, így elsősorban folyamatkontrollt alkalmaz, amelyet egy központi, a menedzsment által kinevezett intézmény végez el. Demokratikus kontrollnál az előre (a stratégiaalkotáshoz hasonló módon) közösen meghatározott elvárásokban jelenik meg, melynek betartatása kollektív felelősség (természetesen előfordulhat, hogy ez egy közösen választott intézményben is megjelenik). Itt elsősorban a klánkontroll dominál.

Autokrácia vagy demokrácia?

A következőkben az autoriter és demokratikus vezetés szerepét vizsgálom meg a vállalat információs kihívásának szemszögéből.

Az autokratikus vezetés kiemelkedő előnye az erőforrások megfelelő kiaknázása (Kerr, 2004). Ez különösen fontos, ha az adott szervezetnek magas operatív válaszképességgel kell működnie (például hadsereg). Ez biztosítja a kialakított stratégia és a részletes tervek megvalósítását. A folyamatos kontroll hozzájárul, hogy a szervezet tagjai a meghatározott terveket pontosan végrehajtsák.

McMahon (1995) háromfajta autoritást különböztet meg: a szakértői (expert: E), az ígéret alapú (promise: P) és a kooperáció alapú (cooperation: C) autoritásokat. Az autokratikus vezetés alapja az első kettő, ugyanis a menedzsment a vállalat „szakértőiként” működik, begyűjtve az információkat, majd

döntéseket hozva. Ezt egészíti ki az ígéret alapú P-autoritás, amely tartalmilag kifejezi, hogy a munkavállaló engedelmes-ségért és munkájáért kompenzációban részesül.

Van Oosterhout (2007) szerint a szakértői E-autoritás gyengesége abban rejlik, hogy vitatott lehet, hogy ki miben rendelkezik extra tudással vagy információval. Az ígéretalapú P-autoritás gyengéje, hogy ha nem definiált a kikényszerítő erő, akkor nehezen tartatható be az engedelmisség. Ez alapján az autokratikus vezetés kizárólag akkor működhet hosszú távon is hatékonyan, ha egyértelműen biztosított a menedzsment információs és tudásbeli többlete, illetve a kontrollrendszer folyamatosan, kiszámíthatóan ellenőrzi a munkavállalókat és szankcionálja a nem megfelelő teljesítményt.

Mivel az erőforrások működését a vonalbeli munkatársak jobban ismerik, így tőlük kell megszerezni az információkat. A munkavállalók ezt akkor fogják kiadni, ha biztosak lesznek benne, hogy a megfelelő kompenzációt fogják érte kapni. Elképzeltető ugyanis, hogy egy kiadott információ miatt többet kell majd dolgozniuk* ugyanazért a kompenzációs csomagért.

Az innovációt tekintve az autoriter vezetés kizárólag a központi irányítású fejlesztéseket tudja kezelni, mivel egyrészt az erőforrások újrakonfigurálásához szükséges döntési felhatalmazás a menedzsmentnél van, a munkavállaló erről egyedül nem dönthet. Másrészről mivel a munkavállaló munkavégzése mind a szervezés, mind a közvetlen irányítás szempontjából szigorúan szabályozott, ezért kicsi az esélye a próbálkozásokon alapuló (trial and error) innovációra**.

* Ha ugyanannyi munkát kell is elvégezniük, egy új munkafolyamatra való áttérés is költséggel jár a munkavállaló számára (új tevékenységek betanulása, eltérő erőforrások megismerése stb.), így még azonos munkamennyiség esetén is csökken az egységre jutó kompenzációja.

** Hasonló jelenséget ír le Kornai (2011) Gondolatok a kapitalizmusról c. könyvének első fejezetében, a szocialista és a kapitalista gazdasági rendszer innovációs folyamatának leírásakor.

A demokratikus vezetés alapja, hogy a munkavállalók részt vesznek a vállalattal kapcsolatos döntésekben (Collier–Esteban, 1999). Ez alapján a munkavállalók egyenlő félként fejthetik ki álláspontjukat az egész szervezetet érintő kérdésekben, érdekeik és véleményeik felszínre kerülnek. A döntéshozatalba való bevonás segítségével a munkavállalók közvetlenül járulnak hozzá a vállalat céljainak meghatározásához.

A végrehajtást tekintve a munkavállalók érdekeltébbé válnak annak a döntésnek a végrehajtásában, amelynek meghozatalában részt vettek (Kerr, 2004). Így a stratégia megvalósításban is sokkal elhivatottabbak lesznek annál, mint ha nélkülük történt volna annak meghatározása. Nyilván ez kizárólag akkor hasznos a vállalat számára, ha a megfelelő stratégiát hajtották végre, azaz elegendő információval rendelkeztek a döntéshozók. Ebben szintén kulcsfontosságúak mind a munkavállalók, mind a menedzserek. Forcadell (2005) szerint a munkavállalók nyitottabbak az információmegosztásban, ha átlátják annak hasznait.

Smith (2007) szerint a kooperációalapú C-autoritás alapja, hogy a szervezet tagjai együttműködnek egy közösen meghatározott cél érdekében. Ezt a társadalmi normarendszer szabályozza. Van Oosterhout (2007) szerint a C-autoritás minden esetben erősebb lesz a szakértői és az ígéretalapú autoritásnál is, mivel ekkor nem szükséges annak meghatározása, hogy ki milyen alapon szakértő, illetve mellérendelt viszony miatt nem szükségesek a társadalmi normarendszeren túli biztosítékok. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy könnyű elérni a C-autoritást, mindössze annyit, hogy amennyiben kialakult, erősebb a hatása a másik kettővel szemben.

De Jong–Van Witteloostuijn (2004) szerint a szervezeti demokráciát felfoghatjuk a szervezeti és az egyéni célok közötti hosszan tartó és erős szövetség alapjaként, mivel a nagyobb

bevonódás elkötelezettséget szül. Ezek alapján a munkavállaló érdekeltőbb lesz az információmegosztásban is, mivel hozzájárulhat a vállalat sikerességéhez.

Összefoglalás

Összességében megállapíthatjuk, hogy az autokrácia a munkavállalók innovációs tevékenységét nem motiválja, s a stratégiaalkotásban való részvételt is kizárólag akkor, ha előzetesen, stabilan tisztázott a kompenzáció. A végrehajtásban azonban magas operatív válaszképességet képes elérni. A demokratikus vezetés támogatja az innovációt, valamint a stratégiaalkotáshoz szükséges információmegosztást. A végrehajtás szempontjából is hasonló a helyzet, mivel a döntésbe bevont munkavállalók elkötelezettebbek annak végrehajtásában. Ezek alapján megállapíthatjuk, hogy a demokratikus vezetés jobban motiválja a munkavállalókat az információmegosztásban és a stratégia megvalósításában.

Felhasznált források

Barney, J. B. – Arkan, A. M. (2006): The Resource-based View: Origins and Implications. In: Hitt, M. A. – Freeman, R. E. – Harrison, J. S.: Handbook of Strategy Management, The Blackwell Publishing, Oxford.

Collier, J. – Esteban, R. (1999): Governance in the Participative Organization: Freedom, Creativity and Ethics. Journal of Business Ethics, Vol. 21 No. 2/3, 173–188.

Collins, D. (1995): A Socio-Political Theory of Workplace Democracy: Class Conflict, Constituent Reactions and Organizational Outcomes at a Gainsharing Facility. Organization Science, Vol. 6 No. 6, 628–644.

Conner, K. R. (1991): A Historical Comparison of Resource-Based Theory and Five Schools of Thought Within Industrial Organization Economics: Do We Have a New Theory of the Firm? *Journal of Management*, Vol. 17 No. 1, 121–154.

De Jong, G. – Van Witteloostuijn, A. (2004): Successful Corporate Democracy: Sustainable Cooperation of Capital and Labor in the Dutch Breman Group. *Academy of Management Executive*, Vol. 18. No. 3, 54–66.

Dobák Miklós – Antal Zsuzsanna (2010): *Vezetés és szervezés*, Aula kiadó, Budapest.

Forcadell, F. J. (2005): Democracy and Business Success: The Case of Mondragón Corporación Cooperativa. *Journal of Business Ethics*, Vol. 56 No. 3, 255–274.

Goodin, R. E. – Klingemann, H-D. (szerk., 2003) : *A politikatudomány új kézikönyve*. Osiris Kiadó, Budapest.

Grant, R. M. (1991): The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategic formulation. *California Management Review*, Vol. 33, Spring, 114–135.

Grant, R. M. (1996): The Prospering in Dynamically-competitive Environments: Organizational Capability as Knowledge Integration. *Organization Science*, Vol. 7, July–August, 375–387.

Jensen, M. C. (1990): Performance Pay and Top-management Incentives. *Journal of Political Economy*, Vol. 98 No. 2, 225–264.

Kerr, J. L. (2004): The limits of organizational democracy. *Academy of Management Executive*, Vol. 18 No. 3, 91–95.

Kornai János (2011): *Gondolatok a kapitalizmusról*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1–248.

Manz, C. C. – Sims, H. P. (1992): SuperLeadership: beyond the myth of heroic leadership. *Organizational Dynamics*, Vol. 19 No. 4, 18–35.

McMahon, C. (1995): The political Theory of Organizations and Business Ethics. *Philosophy and public Affairs*, Vol. 24 No. 4, 292–313.

Reed, R. – DeFilippi, R. J. (1990): Casual Ambiguity, Barriers to Imitation, and Sustainable Competitive Advantage. The Academy of Management Review, Vol. 15 No. 1, 88–102.

Simon, H. A. (1978): Racionalitás mint folyamat és mint a gondolkodás terméke. In: Hajnal A. – Kindler J. – Kiss I. (szerk., 1982): Korlátozott racionalitás – Válogatott tanulmányok. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.

Simon, H. A. (1979): Racionális döntéshozatal üzleti szervezetekben. In: Hajnal A. – Kindler J. – Kiss I. (szerk., 1982): Korlátozott racionalitás – Válogatott tanulmányok. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.

Smith, J. D. (2007): Managerial Authority as Political Authority: A Retrospective Examination of Christopher McMahon's Authority and Democracy. Journal of Business Ethics, Vol. 71 No. 4, 335–338.

Van Oosterhout, J. H. (2007): Authority and Democracy in Corporate Governance. Journal of Business Ethics, Vol. 71 No. 4, 359–370.

Wernerfelt, B. (1984): A Resource-Based View of the Firm. In Foss, J. N. (1979): Resources, Firms and Strategies, Oxford University Press, Oxford. 17–130.

A tanulmány a szerző Mire jó a szervezeti demokrácia? című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Gelei András

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2012. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Vezetés és szervezés szekcióban II. helyezést ért el.

A szerzőt a dolgozatért a „Közösen a jövő munkahelyeiért” Alapítvány egyszeri ösztöndíjban részesítette.

Dósa Márton – Hoffmann Janka Enikő

Fogyatékosok foglalkoztatása a nagyvállalatoknál – motivációk és hozzáállás

Tanulmányunkban azt vizsgáljuk, hogy a magyarországi nagyvállalatok milyen motivációk alapján foglalkoztatnak megváltozott munkaképességűeket. A döntést társadalmi, szervezeti és egyéni szinten is elemeztük. A megváltozott munkaképességűekkel kapcsolatban számos sztereotípia él a munkaerőpiacon, emellett a vállalatokat terhelő rehabilitációs hozzájárulásnak is fontos szerepe van a foglalkoztatással kapcsolatos döntésekben, látható tehát, hogy összetett a foglalkoztatókra ható motivációs tér. Kutatásunk eredményei szerint Magyarországon a fogyatékosokat újonnan, először foglalkoztató cégeknél a motiváció főként gazdasági érdekből, a költségek elkerüléséből fakad, míg a már „tapasztalt” foglalkoztatóknál – főként a sztereotípiák megszűnésének köszönhetően – előtérbe kerül a társadalmi felelősségvállalás és a személyes érintettség is mint motiváció.

Bevezetés

Kutatásunkban a hazai nagyvállalatok hozzáállását, motivációit vizsgáltuk a fogyatékosok foglalkoztatásához. A téma azért releváns, mert egy komoly társadalmi problémát és annak magyarországi helyzetét járja körül. Ezt jól mutatja az is, hogy bár a megváltozott munkaképességűek európai munkaerő-piaci részvételi aránya is alacsonynak mondható (csupán 47,8 százalék, szemben az ép társaik 71,8 százalékos arányával), hazánkban ez a helyzet még súlyosabb (Powers, 2008, 4.). Egy 2008-as felmérés szerint ugyanis nálunk az aktív korú megváltozott munkaképességűek mindössze 23 százaléka dolgozott (Pulay, 2010).

Tanulmányunkban a fogyatékos és a megváltozott munkaképességű kifejezéseket szinonimaként használjuk, mert a foglalkoztatás terén nincs éles elhatárolás a két meghatározás között. Az Állami Számvevőszék Fejlesztési és Módszertani Intézete (2008) által adott definíciót alkalmazzuk, mely szerint fogyatékosnak olyan személyt tekintünk „(...) *akinek végleges, az egész életére kiható testi, értelmi, érzékszervi károsodása, korlátozottsága van, amely tartós hátrányt jelent számára a társadalomban való aktív részvétele gyakorlásában, és hátrányai kompenzációjához külső segítségre van szüksége, és fogyatékosága olyan súlyos, hogy az a munkavégzésben is korlátozottságot, akadályozottságot jelent.* (i. m. 16.)”

A következőkben röviden bemutatjuk kutatásunk módszerét, majd a fogyatékosok alkalmazásával kapcsolatos döntés különböző szintjeit vizsgáljuk, azt, hogy milyen egyéni, szervezeti és társadalmi jellemzők játszanak benne szerepet. A tanulmány végén az elemzés utolsó fázisaként áttekintjük a fogyatékos munkavállalók közvetítésével foglalkozó ala-

pítványok szerepét a munkaerőpiacra történő integrációban, majd javaslatokat teszünk a fogyatékosok foglalkoztatásával kapcsolatos problémák orvoslására. A kutatás során készített interjúkból kiderült, hogy a megváltozott munkaképességűek foglalkoztatásában tetten érhető diszkrimináció és a megfelelő foglalkoztatási feltételek megteremtésének nehézsége létező probléma. Véleményünk szerint fontos annak vizsgálata, hogy a nagyvállalatok hogyan viszonyulnak egy ilyen társadalmi problémához, és mi készíti őket arra, vagy éppen akadályozza őket abban, hogy megváltozott munkaképességűeket foglalkoztassanak.

Kutatási kérdés és módszertan

Kutatásunkban a következő kérdésekre kerestük a választ: a fogyatékosok foglalkoztatásáról szóló döntésnél kizárólagos szerepet játszik a rehabilitációs járulék, vagy vannak más motivációi is a döntéshozóknak? A fogyatékosok alkalmazásánál milyen egyéni, szervezeti és társadalmi jellemzők játszanak szerepet? Melyek lehetnek a munkaerő-piaci integráció nehézségei?

Tanulmányunk empirikus részének alapjait két, a fogyatékosok foglalkoztatását támogató alapítvány* munkatársai-val és három magyar nagyvállalat emberi erőforrással (HR) és társadalmi felelősségvállalással (CSR) foglalkozó munka-

* Szellemi fogyatékosok és testi fogyatékosok munkavállalását segítő alapítványokról van szó, amelyek munkaerő-közvetítéssel, támogató tréningek szervezésével, a munkavállalók utókövetésével foglalkoznak, teljesen ingyen. Tanulmányunkban a továbbiakban a megváltozott munkaképességűek munkaerő-piaci reintegrációját segítő alapítványokra az egyszerűség kedvéért „alapítványok”-ként hivatkozunk.

társaival és vezetőivel készített interjúk adják. A vállalatok munkatársai azt kérték tőlünk, hogy név nélkül szerepeltessük őket a tanulmányban. A három vállalat főbb jellemzői a következők:

- A vizsgált gyorsétteremlánc körülbelül 60 fogyatékkal élőt foglalkoztat, ez az összes dolgozó 4 százalékát teszi ki. A fő munkakör, ahol a megváltozott munkaképességűek dolgoznak, a takarítás. A gyorsétterem elégedett az alkalmazott megváltozott munkaképességűekkel.
- A kiskereskedelmi áruházlánc mintegy 1000 fogyatékkal élőt foglalkoztat, ami az összes dolgozó 5 százalékát teszi ki. A takarítás és a bevásárlókocsik összegyűjtése a fő munkakör, ahol a megváltozott munkaképességűek dolgoznak. Az áruházlánc összességében pozitív véleményt fogalmazott meg az alkalmazott megváltozott munkaképességűekkel kapcsolatban.
- A gyógyszeripari vállalat erősen kritizálta a szabályozást és nem adott ki adatokat az általuk foglalkoztatott megváltozott munkaképességűek számáról és arányáról, arra hivatkozva, hogy nem készültek ilyen felmérések a vállalaton belül, és nincsenek az információ birtokában.

Mindhárom vizsgált vállalat már 2010 (a rehabilitációs járulék drasztikus emelése) előtt foglalkoztatott megváltozott munkaképességűeket.

A foglalkoztatási döntés szintjei

A társadalmi, a szervezeti és az egyéni szintű döntések esetében vizsgáltuk a fogyatékosok munkavállalásával kapcsolatos motivációkat és az ehhez való hozzáállást. Ezek a szintek természetesen szoros kapcsolatban állnak egymással, gyakorlatilag csak együtt értelmezhetők: a vállalat működését egyéni döntések határozzák meg és irányítják, a társadalom fontos szereplői a vállalatok, de ugyanakkor a társadalom is egyénekből épül fel. Ezért a három szintet külön-külön vizsgálva juthatunk el egy olyan átfogó képhez, amely segítheti a fogyatékosok foglalkoztatásának megértését. Így vállalkozhatunk arra, hogy releváns ajánlásokat fogalmazzunk meg.

A társadalmi szint

A társadalom szempontjából sokféle motiváció létezhet, hiszen a modern kultúrák alapvető eleme a diszkriminációmentesség, az esélyegyenlőség megteremtése. Az egyszerűség kedvéért csak gazdasági szempontból vizsgáljuk a megváltozott munkaképességűek foglalkoztatásának kérdését. A fogyatékossgal élők munkaerő-piaci integrációja, tehát a munkaerőpiacra való visszatérés, ezáltal pedig a GDP-termelésben való aktív részvétel adófizetéssel, az állami bevételek növekedésével* és a kiadások csökkenésével jár. Ha egy megváltozott munkaképességű személy nem dolgozik, nem járul hozzá a GDP termeléséhez, nem fizet adót, emellett különböző szociális támogatásokat, segélyeket vesz igénybe, ezzel növeli a kiadásokat is. Önmagában gazdasági szempontból is érdemes az államnak foglalkoznia a kérdéssel.

* Természetesen ez abban az esetben igaz, amennyiben új munkahelyekről van szó, egyéb esetekben a szociális kiadások elmaradásával elért kiadáscsökkenés jelent pozitív hatást.

Meg is teszi ezt az állam: hazánkban például a rehabilitációs járulék 2010-es, drasztikus emelése tekinthető ilyen lépésnek. Ezt a járulékot minden 25 fő felett foglalkoztató vállalatnak be kell fizetni, amennyiben a megváltozott munkaképességűek aránya az összes foglalkoztatotton belül nem éri el az 5 százalékot (NAV, 2012). A 2010-es emeléskor a járulék összege a korábbi 177 000 Ft/fő/éves összegről 964 500 Ft/fő/évre nőtt. Ez komoly költségterhelés is lehet a nagyobb vállalatoknak, hiszen ha például egy 100 fős vállalat nem foglalkoztat csak 2 fogyatékos munkavállalót, az öt százalék eléréséhez szükséges három ember után közel hárommillió forintot kell befizetnie évente. Interjúinkban arra kerestünk választ, hogy ezt megfelelő motivációs eszköznek tartják-e az érintett szakemberek. Az alapítványokkal készített interjúk alapján a rehabilitációs járulék emelésének megítélése inkább pozitív: több vállalat fontolta meg a fogyatékosok foglalkoztatásának kérdését, s a növelést követően emelkedett a foglalkoztatott fogyatékosok száma. Sokszor azonban a járulék elkerülésére tett erőfeszítések álfoglalkoztatást (a felvett munkavállaló gyakorlatilag nem folytat érdemleges tevékenységet) eredményeztek a vállalatoknál. Megemlíthető az is, hogy a járulék nem kellőképpen differenciált, hiszen vannak olyan vállalatok, amelyek a szabályozás és a vállalatoknál törvényileg alkalmazandó különböző, például biztonsági vagy szakképesítési normák, elvárások miatt nem tudnak megváltozott munkaképességűeket foglalkoztatni (3. vállalati interjú, 2012).

Véleményünk szerint a járulék bevezetése csak felületes kezelése a problémának. Az egyik legfőbb akadály ugyanis a fogyatékosok számára az, hogy nem tudnak megfelelő szakképesítést szerezni a nem megfelelő oktatási integráció következtében. Ezt mutatja, hogy 2008-ban a felsőoktatásban tanuló 381 033 hallgató közül összesen 1176 tanuló volt fogyatékos (Nefmi,

2009a; Nefmi, 2009b), ami 0,3%-os arányt jelent, míg a teljes lakosságon belül ez az arány körülbelül 5,7 százalék (KSH, 2007). Ezért az oktatás „akadálymentesítése” lehet az egyik fő terület, ahova az államnak több erőforrást kellene allokálnia, hiszen ez egy sokkal előrettekintőbb és hosszabb távon feltehetően kifizetődőbb megoldást jelentene, mint a járulékok emelése.

Szervezeti szint

Szervezeti szinten a vállalati társadalmi felelősségvállalás kérdését fontos elsőként megemlíteni, hiszen optimális esetben ez lenne a fő motiváció, amely hozzájárul a megváltozott munkaképességűek munkaerő-piaci integrációjához. Ezen a területen azonban Radácsi (2011) szerint a magyar vállalatok körében elmaradást tapasztalhatunk a nyugat-európai vállalatokkal szemben.

A szakirodalom és a készített interjúk alapján ezen a szinten a következő motivációs tényezőket azonosítottuk: gazdasági érdekek (a rehabilitációs járulék elkerülése), anyavállalati nyomás, személyes érintettség, szervezeti kultúra, kommunikációs előny.

Kutatásunk eredményei szerint a gazdasági érdekek sokszor előnyt élveznek, ami a hirtelen megnövekedett megváltozottmunkaerő-foglalkoztatás iránti érdeklődésből és a korábban is foglalkoztató vállalatoknál a fogyatékos foglalkoztatottak arányának gyors növeléséből is látszik. Az anyavállalati nyomás úgy jelenik meg, hogy egyes vállalatoknál előírják a megváltozott munkaképességűek foglalkoztatását. A személyes érintettség is jelentős szerepet játszik a vállalatoknál, erről az egyéni szintnél lesz szó bővebben. Sok esetben a szervezeti kultúra része az egyenlő bánásmód, az integráció elősegítése, és ennek egyik megnyilvánulási formája lehet a

fogyatékos munkavállalók segítése. A kommunikációs előnyre lehet példa a „Fogyatékosbarát munkahely” logó használata. Az alapítványok elmondása szerint azonban meglehetősen kevés vállalat él ezzel az eszközzel, ugyanis a bukás veszélye és az abból fakadó presztízsveszteség adott esetben nagyobb lehet, mint a reputációs előny, így a vállalatok inkább elővigyázatosak (1. alapítványi interjú, 2012).

Jelentős befolyásoló tényezőként jelentek meg a munkáltatói hiedelmek is (részletesen foglalkozik ezzel a kérdéskörrel Csillag és Hidegh, 2011 tanulmánya). A munkáltatók körében számos tévhit alakult ki azzal kapcsolatban, hogy a megváltozott munkaképességűek kevésbé hatékonyan dolgoznak, több idő-, költségráfordítást igényelnek, többet hiányoznak stb. Ugyanakkor az általunk készített interjúk során fény derült arra is, hogy a fogyatékos munkavállalók sokszor lojálisabbak, szorgalmasabb és kitartóbbak, mint ép társaik, pontosan azért, mert jobban értékelik a lehetőséget. Az akadálymentesítés költségei hátráltató tényezőként lépnek fel, ennek csökkentése azonban állami segítséggel megvalósítható lenne. A nagyobb időráfordítás is megjelenhet költségként, ennek csökkentésében az alapítványoknak lehet nagy szerepük.

Az alapítványok kulcsszerepet játszanak a vállalati motívációk alakításában és a foglalkoztatás előremozdításában. Díjmentesen segítik a vállalatokat a teljes foglalkoztatási folyamat során, segítenek a megfelelő munkavállalók kiválasztásában, a betanítási folyamatban, ún. érzékenyítő tréningeket (a leendő munkatársak oktatása a helyes viselkedésről, megismertetése a megváltozott munkaképességűekkel, felkészítése arra, hogy miben lehet vagy kell segíteni és hogyan) tartanak a leendő vállalati munkatársaknak, és a foglalkoztatottak folyamatos utókövetését, támogatását is vállalják. Fontos lenne tehát a megváltozott munkaképességűeket segítő alapítványok nagyobb mértékű állami vagy vállalati adomá-

nyokkal történő támogatása (adó 1 százaléka, egyéb támogatások). Ezek a szervezetek ugyanis jelentősen megkönnyítik a fogyatékosok munkaerő-piaci integrációját, mind anyagi, mind humán erőforrásaik azonban korlátosak, ami jelentősen visszafogja a lehetőségeiket.

Egyéni szint

Az egyéni szint a törekvések tényleges megvalósulásának helyszíne. Itt két fő szerepkört különíthetünk el, a vezetőket és a munkatársakat.

Az alapítványok munkatársainak elmondása szerint az elkötelezett vezetőnek központi szerepe lehet a fogyatékosok foglalkoztatásának kérdésében. Ez az elkötelezettség több forrásból is fakadhat. Az egyik legjellemzőbb a személyes érintettség (a vezető valamely rokona is fogyatékkal élő), de lehet egyszerűen nyitottság vagy társadalmi érzékenység is a motiváció alapja. A vezető elkötelezettsége azért járhat fontos pozitív hatásokkal, mert a hierarchiában betöltött szerepéből fakadóan könnyebben átviheti a szervezeten az akaratát, kezdeményezése nagyobb valószínűséggel valósulhat meg. Emellett a felsővezető hozzáállása példamutató lehet a szervezet többi dolgozója számára is.

Fontos az emberierőforrás- (HR-) vezetők és részlegek szerepe az integráció lebonyolításában, megkönnyítésében, például különböző tréningek szervezésén és a munkakörök meghatározásán keresztül, amely fontos eleme a megváltozott munkaképességűek foglalkoztatásának.

A munkatársak a stratégiai döntést kevésbé tudják befolyásolni, de a tényleges munkafolyamatban itt dől el a felsővezetés által kezdeményezett törekvések sikere vagy bukása. Ők fognak a mindennapokban együtt dolgozni a megváltozott munkaképességűekkel. Az új munkavállalónak sokszor se-

gítségre van szüksége munkatársaitól, s döntő hatással lehet a folyamatra az, hogy befogadják-e őt mint egyenlő társukat. A munkatársak hozzáállása mind pozitívan, mind negatívan befolyásolhatja tehát a fogyatékosok foglalkoztatását.

Következtetések és javaslatok

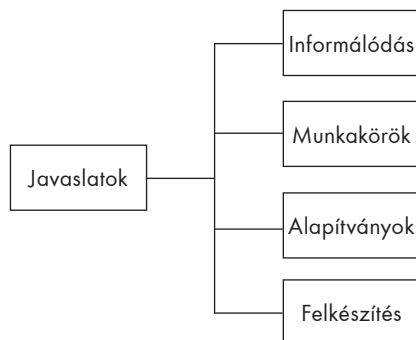
Kutatásunk során arra a következtetésre jutottunk, hogy a motivációk másként alakulnak akkor, ha egy adott vállalat már foglalkoztatott korábban megváltozott munkaképességűt, és akkor, ha még nem rendelkezik tapasztalattal ilyen téren.

Ha még nem foglalkoztatott, akkor a motivációk között a gazdasági érdeken van a hangsúly, a legtöbb ilyen vállalat célja a rehabilitációs járulék elkerülése. Az alapítványok információi alapján csak néhány vállalatnál merül fel már ekkor nagyobb súllyal a társadalmi felelősségvállalás vagy a személyes érintettség mint motiváció. 2010-ben a rehabilitációs járulék emelésekor ez az arány a motivációs tényezők között még jobban eltolódott a gazdasági érdek felé. Ha az adott vállalatnak már vannak tapasztalatai fogyatékos munkavállalókkal, már nem olyan élesek a negatív sztereotípiák (gyakran be is bizonyosodik a feltételezések ellenkezője), így bátrabban folytatják a foglalkoztatást ezek a vállalatok. Mindezek alapján az információnak és a tapasztalatnak kulcsszerepe van a foglalkoztatásban és a motivációk további alakulásában is, hiszen korábbi foglalkoztatás esetén gyakran már nem a gazdasági érdek a legfontosabb tényező.

Kutatásunk eredményeként megfogalmaztunk néhány javaslatot a vállalatoknak a foglalkoztatás és az integráció elősegítésével kapcsolatban, az állami szakosodott szervezetek

pedig a szabályozással kapcsolatban. Az 1. ábrán foglaltuk össze, hogy szerintünk melyek a főbb lépései a fogyatékosok eredményes munkaerő-piaci integrációjának.

1. ábra. Javaslatok a vállalatok számára az eredményesebb integrációhoz



Forrás: saját koncepció alapján

A legfontosabb a megfelelő informálódás, főként az adott munkavállaló képességeire vonatkozóan. A második fontos teendő a foglalkoztatás előtt egy olyan megfelelő munkakör kialakítása, amely a lehető legjobban alkalmazkodik az informálódás szakaszában feltárt képességekhez. Javaslataink között hangsúlyos szerepük van még az alapítványoknak, melyek segítségével mindenképpen érdemes igénybe venni. A projekt sikerességének egyik legfontosabb része a felkészítés, az alkalmazó vállalat munkatársainak érzékenyítése, hiszen a munkatársak azok, akiken az integráció sikere (vagy bukása) múlik.

Az államnak mint szabályozónak tett javaslataink az ösztönzésre, az informálásra és a példamutatásra irányulnak. Az állam szerepe lehet a vállalatok és a fogyatékos munkavállalók közvetítésével foglalkozó alapítványok támogatása,

valamint az oktatásba történő integráció elősegítése. Az informálásnál is fontos szerepe van a sztereotípiák elosztatásában, például vállalkozói fórumok létrehozásán keresztül. A példamutatás a közszférában történő foglalkoztatáson keresztül valósulhat meg, hiszen nem csak a vállalati szférában vannak olyan munkakörök, amelyeket betölthetnek megváltozott munkaképességűek.

Összefoglalás

Kutatásunk során arra jutottunk, hogy a megváltozott munkaképességűek integrációját segítő szabályozások főleg tűzoltás jellegűek. Az integrációt nem elég felnőttkorban elkezdni, hiszen ez a csoport már az oktatásban olyan hátrányos helyzetből indul, amit egyszerű kvótákkal nem lehet és nem is szabad kezelni. Az állami támogatásokat véleményünk szerint a korai társadalmi és oktatási integrációra kellene fordítani.

Emellett mindenképpen megállapítható, hogy a vállalatokat érintő előírások jelentősen formálták hozzáállásukat, s ezzel új kapukat nyitottak meg a fogyatékkal élők számára. Jól látható volt, hogy bár sokszor külső kényszer hatására indult meg a foglalkoztatás, később a sztereotípiák megcáfolódtak, ami egy nagyon fontos lépés a fogyatékkal élők munkaerő-piaci integrációjának folyamatában. Azonban a vállalatoknak is sokkal nagyobb erőfeszítéseket kell tenniük a jobb beilleszkedés elősegítésére, hiszen ezek azok a gazdasági és társadalmi egységek, ahol a munkaerő-piaci integráció ténylegesen megvalósulhat, ez pedig társadalmi felelősségvállalásuk egyik fontos eleme.

Köszönetnyilvánítás

Szeretnénk megköszönni, konzulensünknek, Matolay Rékának a biztatást és a kutatásunk minden fázisában nyújtott segítséget.

Felhasznált források

Csillag Sára – Hidegh Anna Laura (2011): Hogyan bonthatók le a látható és láthatatlan falak? Vezetéstudomány, XLII. évf. 2011. 12. szám, 23–36.

Powers, Tony (2008): Recognizing ability: The skills and productivity of persons with disabilities, Literature Review. Employment Sector Working Paper No. 3 GLADNET Collection. Paper 513.

Pulay Gyula (2010): Hatékony-e a megváltozott munkaképességűek támogatási rendszere? Polgári Szemle, 6. évf. 1. szám 270–288.

Radácsi László (2011): A közép-európai CSR-paradoxon. Harvard Business Review (magyar kiadás), 2011. december, 13. évf., 12. szám, 28–39.

Internetes források

Állami Számvevőszék, Fejlesztési és Módszertani Intézet (2008): A fogyatékos emberek integrált foglalkoztatása ösztönzésének koncepciója. <http://www.asz.hu/tanulmanyok/2008/a-fogyatekos-embe-rek-integralt-foglalkoztatasa-osztonzesenek-koncepcioja/t275.pdf>. (Letöltve: 2012. március 24.)

KSH (2007): Fogyatékkal élők, Statisztikai Tükör, I. évf. 17. szám, 2007. május 30. http://5mp.eu/fajlok/epifriend/fogyatekkal_elok_2007_www.5mp.eu.pdf. (Letöltve: 2012. június 17.)

NAV (2012): Tájékoztató a rehabilitációs hozzájárulás kötelezettség 2012. január 1-jétől érvényes szabályairól. http://www.apeh.hu/magyar_oldalak/nav/ado/egyebkot/tajekoztato_20120208.html. (Letöltve: 2012. július 9.)

Nefmi (2009a): Fogyatékosággal élő hallgatók a felsőoktatásban, Tájékoztató http://www.nefmi.gov.hu/letolt/felsoo/felsoo_fogytaj_090213.pdf. (Letöltve: 2012. június 17.)

Nefmi (2009b): Felsőoktatási Statisztikai Kiadvány 2008 http://db.nefmi.gov.hu/statisztika/fs08_fm/Default.aspx. (Letöltve: 2012. június 17.)

Interjúk

Jászper Éva támogatott foglalkoztatás fejlesztési vezető, Salva Vita Alapítvány, Budapest, 2012. március 12.

Deésy Mónika munkaadói kapcsolattartó, Motiváció Alapítvány, Budapest, 2012. március 13.

Egy kiskereskedelmi áruházlánc PR-menedzsere, Budapest, 2012. március 20.

Egy gyorséteremlánc emberierőforrás-munkatársa, Budapest, 2012. március 21.

Egy gyógyszeripari vállalat emberierőforrás-igazgatója, Budapest, 2012. március 21.

A tanulmány a szerzők azonos című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Matolay Réka

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2012. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján az Üzleti döntések szekcióban III. helyezést ért el.

A szerzőket a dolgozatért a „Közösen a jövő munkahelyeiért” Alapítvány egyszeri ösztöndíjban részesítette.

Ignácz Péter – Nagy András

Irány kelet!

– avagy lehet-e még sztorit adni a Budapesti Értéktőzsdének?

Tanulmányunkban megvizsgáljuk a Budapesti Értéktőzsde (BÉT) jelenlegi helyzetét, és több lehetséges forgatókönyvet is felvázolunk a tőzsde helyzetének javítására. Úgy gondoljuk, hogy a keleti irányba történő terjeszkedéssel olyan „sztorit” lehetne adni a tőzsdének, amely az elmúlt években alapvetően hiányzott. Kitérünk a bevezetendő üzletpolitika kockázataira és technikai korlátaira is, így teljes képet alkotva egy lehetséges fejlődési irányról, amivel egy keleti MTF, alternatív kereskedési platform létrehozása járna.

Bevezetés

Tanulmányunkban a magyar tőzsde lehetőségeit vizsgáljuk meg a jelenlegi piaci környezetben. Arra a kérdésre keressük a választ, hogy milyen változtatások szükségesek ahhoz, hogy a tőzsde versenyképességét javítsuk. Kutatásunk során külön-

bőző megoldási javaslatokat, illetve azok realitását, hatásait vizsgáltuk és olyan lehetőséget kerestünk, amellyel a magyar tőzsdét egy új növekedési pályára lehet állítani, amely hosszú távon is fenntartható.

A Budapesti Értéktőzsde a rendszerváltást követően, 1990. június 21-én nyitotta meg újra kapuit, az induláskor egyetlen bevezetett részvénnel, az IBUSZ-szal. A forgalom kis megtorpanásokkal folyamatosan növekedett egészen a 2007-es évig, amikor meghaladta a nyolc és félezer milliárd forintot.

Sajnos az utóbbi években sem a tőzsde üzletmenetében, sem eredményességében nem történt jelentősebb pozitív fordulat, amely bizakodásra adhatna okot. Az éves forgalom 2008 óta előbb öt-, majd tavaly már négyezermilliárd forint alá esett vissza a globális válság következtében. A BÉT 2010. január 14-től tagja az osztrák CEESEG AG Holdingnak, amely 50,45 százalékos tulajdonrésszel rendelkezik, a maradék 49,55 százalékból 18,35 százalék az Oesterreichische Kontrollbank AG. tulajdona, a többi jellemzően magyar brókercégek és magán-személyek tulajdonában áll.

A kérdés továbbra is nyitott: mi lehet az a pénzügyi termék, az a pénzügyi szegmens, ahol a BÉT újat vagy kiemelkedőt tud mutatni régióbeli versenytársaival szemben? Meg lehet-e állítani egy új innovációval a csökkenő forgalmat? Létezhetnek-e olyan piaci rések, amelyeket kihasználva sikeresebb lehet a magyar tőzsde?

A dolgozatban öt lehetséges piacbővítési lehetőséget vizsgáltunk. Ezt követően az általunk legalkalmasabbnak vélt megoldást, az MTF (Multilateral Trading Facility, Alternatív Kereskedési Platform) platformon létrehozott, keleti alternatív piac lehetőségét és paramétereit fejtjük ki bővebben.

A BÉT helyzete

Mielőtt hosszú távon is működőképes lehetőségeket és ehhez társuló fejlesztési stratégiát fogalmazhatnánk meg a hazai tőzsde számára, röviden át kell tekintenünk annak jelenlegi piaci helyzetét. Első lépésként a Budapesti Értéktőzsde SWOT- (Strenght, Weakness, Opportunity, Threats: Erősségek, Gyengeségek, Lehetőségek, Fenyegetések) elemzését végeztük el, amelyeket az 1. ábrán szemléltetünk.

1. ábra. A BÉT SWOT-elemzése

<p>Erősségek</p> <ul style="list-style-type: none"> - Koncentrált tulajdonosi szerkezet - Kiforrott infrastruktúra - Európai uniós tagság 	<p>Gyengeségek</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kis piac - Alacsony forgalom - Koncentrált likviditás - Devizakockázat
<p>Lehetőségek</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teljes integráció - Kereskedési rendszer fejlesztése - Új piacok felkutatása 	<p>Fenyegetések</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elhúzódozó tulajdonosi viták - Komparatív előny elvesztése - Piac méretének további marginalizálódása

Forrás: saját ábra

A tőzsdének jelenleg a legnagyobb gyengesége, hogy rendkívül alacsony a forgalom nagysága, ráadásul csökkenő tendenciát mutat. Ennek egyik legfőbb oka, hogy csak néhány papír képes felkelteni a befektetők széles körének érdeklődését. A jelenlegi negatív trend ellen a tőzsdének lépnie kell, aminek egyik módja az új, nemzetközi piacok felkutatása lehet.

Fejlesztési alternatívák

A BÉT helyzetét bemutató elemzés áttekintéséből kiindulva öt lehetséges fejlesztési modellt vázolunk fel. Ezek megvalósulásához sok érintett érdekegyeztetése szükséges, ebből kifolyólag bárminemű változtatás a cég profiljában vagy akár annak környezetében mindenekelőtt nagyfokú kompromisszumkészséget igényel a szereplőktől.

Teljes fúzió

Az első lehetőség, a CEESEG-gel, a BÉT-et is tulajdonló oszt-rák irányítású tőzsdecsoporttal való együttműködés növelése, és ezzel a szinergiák jobb kihasználása. Így olyan egységesebb piac jönne létre, amelyen a méretgazdaságosságból adódó előnyöket jobban ki lehetne használni, növelve a csoport-szintű nyereséget. Jelentős kiadáscsökkentés érhető el például az informatikai és kereskedési rendszerek egységsítésével.

A befektetők szempontjából egy egységesebb és nagyobb piac nagyobb választékot és vonzerőt jelenthet, így növelve a forgalomból adódó bevételeket. Sajnos egy ehhez hasonló integráció hátrányokat is hordoz. Hiába oldódnak fel a technikai korlátok a régióban, az önmagában még nem jelenti azt, hogy a magyar befektetési termékek iránt megélnkülne a kereslet (Mátrai, 2012, ceesege.hu, 2012, bet.hu, 2012).

A forgalmazott részvények számának növelése

Lehetséges alternatívát jelenthet a belső piac növekedésének elősegítése. Kevés magyar vállalat van bevezetve a tőzsdére, pedig jelöltet lehetne találni. A tőzsdén szereplő cégek száma növelhető lenne állami privatizáción keresztül is, habár mára

meglehetősen kevés olyan vállalat maradt, amely a befektetők érdeklődésére számot tartana. A kutatás-fejlesztés területén is lenne potenciál ennek a lehetőségnek a kihasználására, de a jogszabályi környezet inkább akadályozza, mintsem támogatja ezt. Vannak olyan magyar informatikai cégek (például a LogMeIn), amelyek éltek a külföldi bevezetés (foreign-listing) lehetőségével és az amerikai technikai cégeket tömörítő tőzsdére, a Nasdaqra és nem a BÉT-re vezették be részvényeiket (logmein.com, 2012). Ez sajnos teljesen logikus lépés, hiszen ott sokkal könnyebben éri el az ebbe a speciális szektorba befektetőket, mint Budapesten.

High Frequency Trading

Az élénk kereskedéssel jellemezhető ún. High Frequency Trading piacok a kétezres évek második felére lettek igazán népszerűek, és a legfrissebb becslések szerint az Egyesült Államokban a részvénykereskedés 56 százalékát, más források szerint akár 70 százalékát generálja. Ez a szám Európára vonatkozóan csak 40 százalék, de az arány itt is gyorsan növekszik. A HFT lényege, hogy automatizált számítógépes rendszerek milliszekundumok alatt kihasználják a piaci félreárazásokból következő anomáliákat, illetve a technikai elemzés eszköztárát felhasználva, nagyon szűk stop-loss megbízásokat alkalmazva rövid időre nyitnak magas tőkeáttételű pozíciókat mind short, mind long irányban.

A kereskedés hatékonyságához magas szintű technikai követelmények és likvid részvények szükségesek, a számítási kapacitások mellett kiemelt szerep jut az adatátviteli sebességnek is. Ez egy kimagaslóan fejlődő ágazat, de jelentős korlátai és költségei lehetnek, s a feltételek sem adottak a hazai piacon (Faluvégi, 2010).

MiFID – belső piac BÉTa

Kérdésként merült fel, hogy az Európai Unió pénzügyi piacok liberalizációját elősegítő törvényeit hogyan lehetne a leghatékonyabban a növekedés szolgálatába állítani. Vizsgálatunk fő tárgyát ebben a 2004-ben elfogadott, a pénzügyi eszközök piacairól szóló 2004/39/EK irányelv (Markets in Financial Instruments Directive, MiFID) által lehetővé tett alternatív kereskedési rendszerek képezik.

2011 novembere óta már Magyarországon is létezik MTF-ként működő piac, ami lehetővé teszi a külföldi értékpapírok gyors bevezetését a tőzsdénél kevésbé szabályozott platformon keresztül, a Budapesti Értéktőzsde részeként BÉTa rövidítéssel jelölve, amely a BÉT Alternatív Piac kifejezést takarja. Az árjegyzés forintban történik, a célcsoport a hazai befektetők köre.

Az új szekció létrehozása bővítette a választékot és valamilyest a forgalmat is, kérdéses azonban, hogy hosszabb távon mekkora az a befektetői kör, amely aktívan kereskedni fog a már itthon is elérhető nyugat-európai részvényekkel. Lehet, hogy csak a már eddig is részvénybe fektetők fogják használni ezeket az új termékeket és ezáltal az amúgy sem túl méretes tortát szeleteljük újra (bet.hu, 2012).

MiFID alternatív – külső piac keresése

Ötödik lehetőségként olyan termékek bevezetését mérlegeljük, amelyekhez a befektetők nem jutnak hozzá hatékony és alacsony kockázatokkal rendelkező platformon keresztül. Elsősorban a kevésbé fejlett pénzügyi közvetítő rendszerrel, illetve infrastruktúrával rendelkező országok piacai jöhetnek számításba.

A rendszerváltást követően a BÉT-nek sikerült a leggyorsabban olyan infrastruktúrát és piaci környezetet kialakítania, mellyel vezető szerepre tett szert a régióban. Habár versenyelőnye rohamos ütemben csökken, jelenleg még egyik poszt-kommunista országban sem sikerült hasonló feltételrendszert kialakítani. Ez egyre keletebbre haladva fokozott mértékben igaz, így ezekben az országokban a nyugaton alapvetőnek vett feltételrendszerek hiánya jelentősen korlátozza a kereskedelmet. Többévi lemaradásuk miatt egy megfelelő kereskedési platform kialakításával a BÉT akár megnyithatná az utat hozzájuk a befektetők számára (batstrading.co.uk, 2011).

A felvázolt lehetőségek értékelését a 2. ábrában foglaljuk össze.

2. ábra. A megvizsgált lehetőségek összehasonlítása

	Teljes fúzió	Új részvények	HFT	MiFID belső piac	MiFID külső piacok
Célcsoport	nincs új	hazai és szakmai befektetők	befektetési szolgáltatók	hazai retail szektor	külföldi befektetők
Előnyök	jelentős költség-megtakarítás, könnyű megvalósítani	belső növekedés, kiszámítható, reálgazdasági hatások	jelentős forgalom-növekedés	diverzifikáció növelése, egyszerű megvalósítás	akár tartós versenyelőnyt is biztosíthat, nemzetközi befektetők vonzása, új sztori, terjeszkedési lehetőség
Hátrányok	önállóság elvesztése, nem generál kereslet-bővülést	hosszú távú folyamat, külső szereplők befolyásolják	technikai, méretgazdasági és likviditási korlátok	szűk kört céloz meg, nemzetközi szinten nem versenyelőny	merész terv, nemzetközi közvetítőként való elfogadás, tőkeigény

Forrás: saját ábra

Alapos mérlegelés után úgy látjuk, hogy a BÉT jelenlegi szorult helyzetén a külföldi befektetők sikeres hazánkba vonzása lehet a kulcstényező. Meglátásunk szerint őket külföldi részvények bevezetésével lehetne bevonítani. A feladat nem könnyű, hisz meg kell meggyőzni a befektetői csoportokat arról, hogy hazánkat válasszák a közvetítői szerepre.

Felmerülhetne még több különböző projekt kombinálása is, viszont a jelenlegi gazdasági helyzet, illetve a CEESEG csoport piaci szerepét alapul véve nincs meg a megfelelő tőkeerős háttér két nagy projekt megvalósításához.

Keleti piac kiépítése

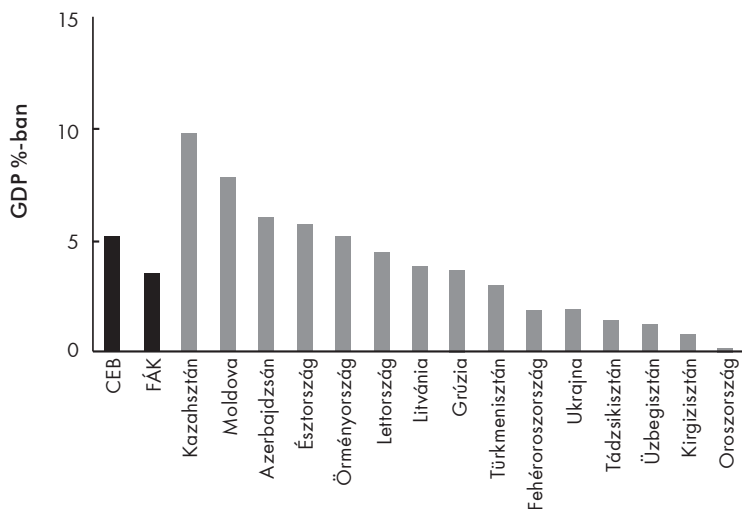
A BÉT-nek földrajzi és infrastrukturális helyzete alapján a kelet-európai régióban az alternatív platformokon keresztül van lehetősége a terjeszkedésre. E régió egyre felkapottabb a befektetők körében, olyannyira, hogy a külföldi működőtőke-beáramlás Európában itt növekszik a legdinamikusabban. Így kézenfekvő lehetőségként merül fel a Független Államok Közössége (FÁK) felé történő orientáció. A 3. ábrán látható a FÁK országaiba történő külföldi működőtőke- (FDI-) beáramlás alakulása.

A FÁK tagállamai közül kizárólag azokkal érdemes foglalkozni, ahol létezik értéktőzsde, illetve a tőkepiac szabályozását tekintve liberális környezettel rendelkezik. A célszörszágok önmagukban is igen vegyes képet mutatnak, ezáltal a különböző országokban történő kereskedelem roppant mód körülményes.

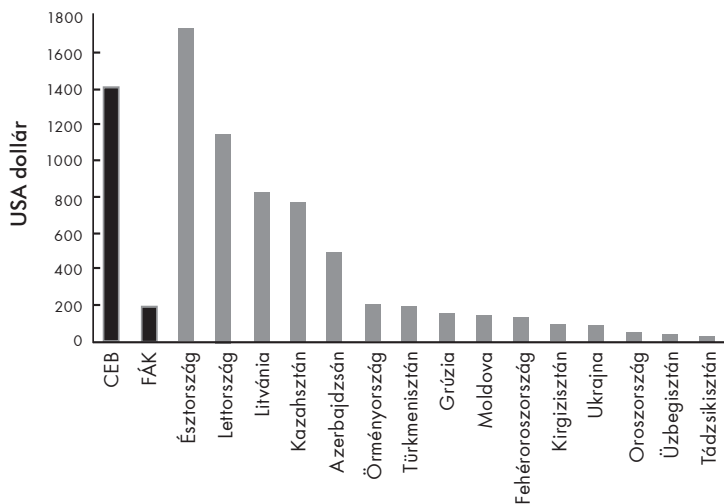
Jó példa a régió helyzetére Oroszország, ahol 2011-ben két különálló tőzsde fúziójával létrehozták az egységes piacot, azóta az ország összes tőkepiaci terméke egy piacra koncent-

3. ábra. Külföldi tőkebefektetés a FÁK országaiba (1997–2006)

Átlagos éves nettó FDI-beáramlás, 1999–2001



Összesített nettó FDI beáramlás egy főre, 1989–2011



Forrás: EBRD, Átmeneti jelentés 2002, nemzeti hatóságok és IMF-előrejelzések.

rálódik. Mind a mai napig azonban nem sikerült európai értelemben vett kockázatkezelést, így fejlett elszámoló- és klíringrendszert kiépíteni. Habár ezt a hiányosságot igyekeznek felszámolni, de még pár évig az ezen a piacon kereskedő befektetők jelentős partner- és nemteljesítési kockázatot futnak.

4. ábra. Egyes posztszovjet országok tőzsdéinek összehasonlítása

	BSE	ARMEX	GSE	KASE
Ország	Örményország	Azerbajdzsán	Grúzia	Kazahsztán
Kereskedési napok	Hétfő – Péntek	Hétfő – Péntek	Hétfő, Szerda, Péntek	Hétfő – Péntek
Rendszer	Adatközlés, riportolás	Teljesen automatizált	Automatizált	Automatizált
Mechanizmus	Elsődleges piac, Folyamatos aukció	Folyamatos aukció, Ajánlatvezérelt	Folyamatos aukció	Call aukció, fix áras, elsődleges piac, folyamatos aukció
Termékek	Állam- és vállalati kötvények, repók, US-dollár határidő	Részvények, vállalati kötvények, devizák	Részvények	Részvények, államkötvények, repó, deviza, származtatott termékek
Kereskedés pénzneme	Helyi	Helyi, USD, EUR	Helyi	Helyi
Árjegyző, specialista	Nincs	Nincs	Nincs	Nincs
Valós idejű információk	Ár, mennyiség	Minimum-, maximum-ár, teljes forgalom	Nem elérhető	Ár, mennyiség

Forrás: Huseynov, 2010, 8.

Meg kell említeni a közép-ázsiai régió országait is. Itt az ábrán látottaknál is rosszabb a helyzet, hiszen ezek közül a legtöbb országban csak most kezdődött meg a privatizáció. Egyfelől ez hatalmas lehetőség, hiszen az eladásra kerülő állami vagyon

jelentős értéket és befektetési potenciált képvisel. Másfelől sajnos továbbra is csak igen kevés információ érhető el az országok pénzügyi piacát tekintve, illetve a piac infrastruktúrája is messze elmarad az európai standardoktól.

A régió egységes kezelését megnehezíti, hogy minden ország saját fizetőeszközt használ, míg a legtöbb európai befektető részére az euró az alapvető elszámolási és fizetési eszköz. Így az ide történő tőketranszferek jelentős költséget hordoznak magukkal a szükséges devizakonverzió miatt.

Mindebből következik, hogy a befektetők számára számos előnnyel járna egy olyan kereskedési platform, ahol nem kellene foglalkozni a különböző országok jogszabályi és infrastrukturális hátterével. Egy esetleges euró alapú elszámolással a különböző devizákból adódó többletköltségek is minimalizálhatók, hiszen jelenleg a befektetés megvalósításához egyidejűleg szükséges egy azonnali (spot) devizaügylet a részvénytranzakció megvalósításához, illetve célszerű egy származtatott termékkel a keletkező árfolyamkockázatot lefedezni. Euró alapú elszámolásnál a spot ügyletekből adódó költségek eltűnnek, ezáltal is javítva a befektetések megtérülését.

A felsorolt piaci korlátokra mind az ottani, mind a külföldi szereplők felfigyeltek már, így több, a térségen kívüli kereskedési platformon is megindult a termékek másodlagos forgalmazása, sőt több keleti részvénynek itt került sor az elsődleges kibocsátására. Így felvetődik a kérdés, hogy milyen téren tud jobb konstrukciókat, feltételeket biztosítani a Budapesti Értéktőzsde (Kudina–Jakubiak, 2008).

A kelet-európai eszközök két számottevő piaca jelenleg a London Stock Exchange (londoni tőzsde), illetve a Berliner Börse. Ezek a piacok komoly versenytársai lehetnek a terjeszkedésnek. Mindkét tőzsde kiforrott infrastruktúrával, bejáratott befektetői körrel rendelkezik. (Lásd 5. ábra.)

5. ábra. Az LSE és a Berliner Börse összehasonlítása

London Stock Exchange	Berliner Börse
<ul style="list-style-type: none"> - Világszinten meghatározó piac - Font alapú elszámolás - Blue-chip központú választék - Nincs külön fókusz a keleti piacokra 	<ul style="list-style-type: none"> - Németországon kívüli nemzetközi részvények - Euró alapú elszámolás - Nincs külön fókusz a keleti piacokra - Saját kereskedési rendszer

Forrás: saját ábra

Mivel a bemutatott két versenytárs egyike sem nyújt a befektetők igényeit teljes mértékben kielégítő szolgáltatást, így létrehozható olyan kereskedési rendszer, amellyel a BÉT nemzetközi szinten is versenyképes lehet.

Bevezetendő termékek

Véleményünk szerint három új termékcsoporthoz lenne érdemes létrehozni külön a nemzetközi részvények számára a BÉT-en, ezek: a részvények, az ETF-ek (Exchange Traded Fund) és a devizapárok. A részvények közül azokat érdemes választani, amelyek a hazai piacokon jelentős forgalommal rendelkeznek és várhatóan élénk érdeklődés mutatkozna irántuk. A másik rendezési elv a régióban belüli iparági diverzifikációt hivatott elősegíteni. Ezért célszerű lenne olyan vállalatok részvényeit is bevezetni, amelyek bár nem szerepelnek a leglikvidebb értékpapírok között, számos szektortársuk azonban az előző kritérium alapján már felkerült a bevezetésre javasolt értékpapírok közé. Érdemes figyelmet szentelni a feltörekvő, kis cégekre is, hiszen ezek potenciális célpontot jelentenek a külföldi befektetők számára. Célszerű lenne ETF-

eket is létrehozni a bevezetett termékekből annak érdekében, hogy alacsony tranzakciós költségek mellett is lehessen egy-egy országra vagy iparágra specializálódni.

Bár az elszámolás euróalapon történne, ezzel még nem sikerülne megszüntetni az árfolyamkockázatot, továbbra is szükség van fedezésére. Ugyanakkor a tranzakciós költségek jelentősen csökkenthetők azáltal, hogy a részvényvásárláshoz nem kell megkötni az azonnali devizalábat. A devizakockázat fedezésére javasolt a származtatott (derivatív) devizapárok bevezetése, ezáltal a szükséges devizafedezés (hedge) is megköthető lenne az új BÉT-piacon.

A MiFID-piacok egyik hátránya, hogy bár kényelmesen lehet rajtuk kereskedni, az értékpapírok likviditása elmarad az elsődleges piacon meglévőtől. Ez egy jelentős kockázati tényező, különösen a kezdeti időszakban. Ez ellen árjegyzéssel lehet védekezni. Az indulás utáni időszakban előreláthatólag az árjegyző nem lesz képes jelentős profitra szert tenni, ezért feltételezésünk szerint a befektetési szolgáltatók nem fognak jelentkezni erre a szerepre. Erre megoldás lehet, ha az árjegyzést vállaló szolgáltató kedvezményeket kap.

A megvalósítás kockázatai és nehézségei

Egy új üzleti stratégia megvalósítása számos kockázatot is magában hordoz, ezt növeli, ha új, eddig számunkra kevésbé ismert külföldi piacok irányába történik a lépés. Az első problémakör a piac létrehozásához szükséges erőforrások biztosítása. Annak ellenére, hogy az alapvetően szükséges infrastrukturális háttér rendelkezésre áll, elkerülhetetlenné válik a KELER csoport feltőkésítése, ezáltal növelve a garanciavállalás hitelességét.

A másik fő problémát a vártnál alacsonyabb forgalom jelentheti. Közvetlen hatás, hogy a tervezettnél alacsonyabb lesz a BÉT bevétele, ezáltal rontva a megtérülési mutatókat. Továbbá az alacsony tranzakciószám miatt csökken a likviditás, ami csökkenti a piac vonzerejét.

A bevezetendő termékek iránti igény komoly ingadozásokat mutathat a külső makrogazdasági és politikai kockázatok miatt. Ezek többnyire rövid távú folyamatok, a piac működését azonban jelentős mértékben megzavarhatják. Előfordulhat az a helyzet is, hogy nemzetközi konfliktusok hatására extrém mértékben megnövekszik a volatilitás.

Összegzés

Több lehetőség megvizsgálása után tanulmányunkban végül egy olyan megoldási javaslatához sikerült eljutnunk, amely jelentős bővülést eredményezhet a BÉT számára, igaz, komoly kockázattal is jár a megvalósítása. Úgy véljük, egy, a keleti piacra specializálódott MTF alapú kereskedési platform megfelelő lehetőséget és jövőképet jelentene a BÉT számára. Az optimizmus oka a még létező infrastrukturális versenyelőny.

Az előző fejezetben felvázolt, keleti terjeszkedés lehetőségének elszalasztására meglehetősen kiábrándító helyzetben maradna a tőzsde, hiszen nem lenne igazán lehetősége a kiugró bővülésre. Ráadásul nincs semmilyen garancia arra, hogy egy tájékozott hazai piaci szereplő egyszerű racionalitásból ne kerülje meg a budapesti platformot, és ne egy jóval kiterjedtebb piacon kezdjen befektetni.

Felmerülhet a kérdés, hogy a BÉT miként tud versenyezni a globális piacot lefedő platformokkal, de vetélkedésre nin-

csen szükség. Elég egy olyan szolgáltatást, termékkört vagy igényt találni, amelyet egy világpiacon tevékenykedő szereplő nem tud kínálni vagy kiszolgálni. Úgy gondoljuk, hogy a keleti irányba történő terjeszkedéssel egy olyan „sztorit” lehetne adni a tőzsdének, amely az elmúlt években alapvetően hiányzott.

Köszönetnyilvánítás

Ezúton szeretnénk megköszönni a dolgozat elkészülésekor nyújtott segítséget Mátrai Károlynak, a KELER KSZF vezérigazgatójának, Sebestyén Gézának, a Budapesti Corvinus Egyetem adjunktusának, valamint Márkus Balázsnak, a Budapesti Corvinus Egyetem PhD-hallgatójának a segítséget és tanácsaikat, amellyel a tanulmány létrehozását segítették.

Felhasznált források

European Commission (2010): Public Consultation: Review of the Markets. In: Financial Instruments Directive (MiFID), http://ec.europa.eu/clima/consultations/0013/consultation_paper_en.pdf (Letöltve: 2012. március 23.)

Faluvégi Balázs (2010): High Frequency Trading – ami igazán lényeges, az a szemnek láthatatlan, www.hedgefund.hu/2010/12/high-frequency-trading-ami-igazan.html. (Letöltve: 2012. március 23.)

Huseynov, Fariz (2010): Review of CIS Stock Markets: Future Perspectives, Transition Finance, Banking and Currency Research, Springer-Verlag.

Kudina, Alina – Jakubiak, Malgorzata (2008): The motives and impediments to FDI in the CIS. <http://www.oecd.org/dataoecd/24/52/40401047.pdf>. (Letöltve: 2012. március 23.)

Internetes források

BATS Chi-X Europe (2012): Forrás: <http://www.batstrading.co.uk/> (Letöltve: 2012. március 23.)

EBRD (2002): Transition report, <http://www.ebrd.com/downloads/research/transition/TR02.pdf> (Letöltve: 2012. szeptember 11.)

Ernst & Young (2012): Growing Opportunities Russia FDI Report, [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Growing_opportunities_Russia_FDI_report_2011/\\$FILE/Russia_attractiveness_survey_2011.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Growing_opportunities_Russia_FDI_report_2011/$FILE/Russia_attractiveness_survey_2011.pdf). (Letöltve: 2012. március 23.)

KELER (2012): Xetra elszámolások, <http://www.keler.hu/keler/keler.head.page?nodeid=71>. (Letöltve: 2012. március 23.)

Logmein.com (2012): <http://investor.logmein.com> (Letöltve: 2012. 03. 23.) PSZÁF (2006): Tájékoztató a pénzügyi eszközök piacairól 2004/39/EK (MIFID) irányelvről. www.pszaf.hu/data/cms818857/pszafhu_mifid_iranyelv.ppt (Letöltve: 2012. március 23.)

Stock Market Data in Transition Countries (2012): http://home.cerge-ei.cz/hanousek/transition_data/Stock_market_data.htm. (Letöltve: 2012. március 23.)

Interjúk, saját kutatások

Mátrai Károly vezérigazgató, KELER KSZF. 2012. február 15.

A tanulmány a szerzők Go East! című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Márkus Balázs

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2012. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Magyar tőzsde jövője szekcióban III. helyezést ért el.

Berei Bea Emőke – Bóta Nikolett

Magyar devizatartalék: államadósság-csökkentés a tartalékból?

*Tanulmányunk megírását elsősorban az a közgazdasági vita ösztö-
nözte, amely a magyar devizatartalék egy részének a külső deviza-
adósság törlesztésében történő esetleges felhasználásáról szóló hírek
körül lobbant fel. Valóban felhasználható a külső deviza államadósság
egy részének törlesztéséhez? A kérdés megválaszolásához áttekintet-
tük a jegybanki tartalékmenedzsment alapvető céljait, majd régiós
összehasonlító elemzést végeztünk.*

*Eredményeink szerint Magyarország külső adósságán belül ala-
acsony az állami részarány, ezért egy drasztikus államadósság-tör-
lesztés sem csökkentené érdemben a külső kitettséget. Az esetleges
törlesztésnek nem csak jogi, hanem likviditási korlátai is lennének.
Ezért úgy véljük, nem javasolt adósságcsökkentési megfontolásból
a tartalékokhoz nyúlni, mivel egy ilyen lépés rontaná a makrogazda-
sági stabilitást.*

Bevezetés

Tanulmányunk címével arra a dilemmára utalunk, amely a devizatartalék-stratégia megalkotásakor lebeghet a monetáris politikai döntéshozó előtt: fenn kell tartani az adott nemzetgazdaság számára szükséges tartalékszintet, hogy az ország részesülhessen a tartalék nyújtotta előnyökből, de lehetőleg minimalizálni kell annak költségét. A következőkben először tisztázzuk a devizatartalék fogalmát, majd ismertetjük azt a stratégiai irányváltást, amely a válságok (ázsiai válság, világ gazdasági válság) után jellemző a nemzeti bankok devizatartalék-kezelésére: a túltartalékolást. A globális tartalékolási trend felvázolása után térünk rá Magyarország devizatartalék-stratégiájára, amelynek nyilvánosan deklarált része 2008 után éles fordulatot vett. Ezután ismertetjük a devizatartalékolási hüvelykujjszabályokat, amelyek szubjektív ajánlások arra vonatkozóan, hogy egy adott országnak mekkora tartalékot érdemes tartania. A legismertebb hüvelykujjszabályokra építve régiós összehasonlítást végeztünk.

A devizatartalékokról és a tartalékolás céljairól

Az országok nemzetközi tartaléka (amely a devizatartalékot is tartalmazza) minden olyan devizában denominált külföldi pénzügyi eszköz, amely követelést testesít meg, a monetáris hatóság számára hozzáférhető és az ellenőrzése alatt áll (Kester, 2001). A köznapi közgazdasági szóhasználatához igazodva a devizatartalék elnevezés alatt az országok teljes nemzetközi tartalékát értjük.

A devizartartalék nem képezi a monetáris hatás nettó vagyonát, mivel a tartalékokat a legtöbb ország esetében jegybanki vagy kormányzati adósságból finanszírozzák. A devizartartalék tehát egy likvid, adósságból finanszírozott bruttó vagyonalap fenntartását jelenti, amelynek közvetlen és közvetett költségei is felmerülnek a belőle származó nemzetgazdasági hasznok mellett.

Miért kell devizartartalék?

A devizartartalék tartásának hagyományos funkciói alapvetően a devizapiaci intervenciók kapacitás biztosításához köthetők (Antal–Gereben, 2011). A leggyakoribb kiegészítő célok az államháztartás tranzakciós devizaigényének kielégítése és a kötött devizagazdálkodású országokban a fizetési mérleg finanszírozása.

A tartalékolás legfontosabb eredeti funkciója konvertibilis (vagyis más devizára vagy valutára szabadon átváltható) valutájú országokban tehát az intervenciók kapacitás biztosítása. Devizapiaci intervenciónak nevezzük azt a folyamatot, amikor a jegybank az árfolyam védelmében a devizapiacra vevőként vagy eladóként lép fel. Ha devizát vásárol, akkor pénzt teremt, aminek nincs technikai korlátja. A hazai fizetőeszköz gyengülése ellen deviza eladásával tud fellépni, amelynek viszont korlátja a devizartartalék nagysága. Ezért kap kulcsszerepet a monetáris politikában a tartalékalomány, főleg a rögzített vagy a viszonylag szűk sávú árfolyamrendszerben működő országokban, ahol gyakran be kell avatkozni a devizapiacra az árfolyam védelmében. Még lebegő árfolyamrendszerben is szükség lehet rendkívüli sokkok esetén (a devizapiaci likviditás kiszáradásakor, szélsőséges árfolyammozgáskor) nagymértékű devizapiaci intervencióra (Antal–Gereben, 2011, 8.).

A válság(ok) hatása a devizatartalék-stratégiákra

Az elmúlt másfél évtizedben a feltörekvő országok bruttó nemzetközi tartaléka rohamos ütemben növekedett, a 2000-es bázishoz viszonyítva állományuk meghatszorozódott (IMF, 2011, 9.). Minden régióra jellemző a tartalékok növelése, de leginkább Ázsia járult hozzá a globális növekedési ütemhez: annak felét adta.

A tartalékolási verseny főként az 1997–1998-as ázsiai válság kitörése óta került a szakirodalom középpontjába. Cheung és Qian (2007) megfigyelte, hogy azok az országok vészelték át kisebb veszteséggel a kelet-ázsiai válságot, amelyek nagyobb tartalékot tartottak fenn. Ez ugyanis olyan biztosítékot jelent, amely valutaválság esetén rugalmasabb intervenciót tesz lehetővé. Ezáltal pedig a spekulatív tőke figyelmét inkább a szomszédos országokra tereli, és csökkenti az adott nemzetgazdaság által elszenvedett veszteségeket.

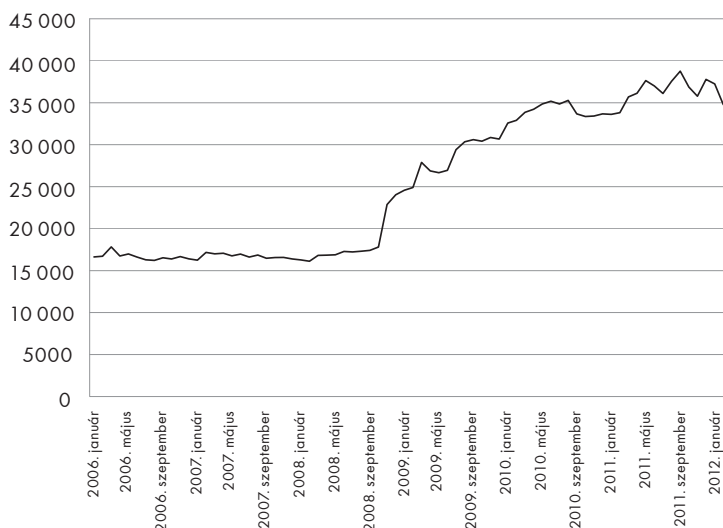
A devizatartalékok megfelelő szintje kiemelten fontos a befektetőknek, különösen a nemzetközi tőkepiacokra ráutalt, nyitott, feltörekvő országoknál. Ezek az államok a tradicionális tartalékképzési célok által indokoltnál is jóval több tartalékot halmoznak fel. A tartalékképzés új motivációi között jelenik meg az óvatossági motívum, az árfolyam-ingadozásra való felkészülés, a monetáris merkantilizmus és a szomszédos országoktól való lemaradás félelme is.

Magyarország devizatartaléka

A devizatartalékot Magyarországon (lásd 1. ábra), a 2011. évi CCVIII. törvényben (továbbiakban jegybanktörvény) foglaltak szerint, a Magyar Nemzeti Bank (MNB) képezi és kezeli. A tartalék 2012. február 29-én 34 770 millió euró volt, amely

február 29-i árfolyamon megközelítőleg 10 077 milliárd forintot tett ki. Ez körülbelül kétszer nagyobb, mint a 2008. januári szint (16 274 millió euró).

1. ábra. Magyarország devizatartalékának alakulása (2006–2011, millió euró)



Forrás: saját ábra az MNB statisztikák alapján

A magyar devizatartalék szintjét 2000 és 2008 között, az EU–IMF-hitel felvétele előtt nem befolyásolta rendkívüli esemény. A csúszó árfolyamrendszert 2001 őszén váltotta fel a sávosan rögzített árfolyamrendszer széles, ± 15 százalékos sávval, amely 2008 februárjáig volt érvényben. Ekkor a forint többnyire az erős sávszél közelében tartózkodott, és az MNB a hivatalosan közzétett adatok alapján a kezdeti, 2001-es évet leszámítva ritkán avatkozott be nyíltpiaci művelettel az árfolyam alakulásába.

2001-ben a jegybank 1280,4 millió euró értékben interveniált a devizapiacon, aminek következménye a tartalékok növekedése volt. 2002, 2004, 2006 és 2007 folyamán azonban a hivatalos nyilatkozatok szerint nyílt intervencióra nem került sor.*

2008-ban a devizapiac kiszáradása, a megemelkedett országkockázati prémium és az így megdráguló adósságmegújítás sújtotta a magyar gazdaságot. A magyar államadósság szintje lényegesen magasabb volt a régiós országokénál, amit súlyosbított a magánszektor devizahitelének nagy állománya, a 2001 óta felhalmozott külső egyensúlyhiány és a külső eladósodás. Mindezek mellett Surányi (2010) a legnagyobb hibát abban látta, hogy az MNB devizatartalékainak szintje kritikusán alacsony volt. Emiatt volt Magyarország a kelet-közép-európai régió legsérülékenyebb gazdasága 2008 őszén, és ezért kellett elsőként külső segítségért folyamodnia. Az EU–IMF-hitel első részletének átutalása jelentősen megnövelte a tartalékok szintjét, 2008. december 31-én az elérte a 24 milliárd eurót.

2008 után a hivatalosan deklarált devizatartalék-stratégiában irányváltás következett be. A stratégiai fordulatot két jelentős esemény indokolta: 2008. február 26-án eltörölték a sávosan rögzített árfolyamrendszert, helyette rugalmas, szabadon lebegő árfolyamrendszert vezettek be. A Magyarországot 2008 őszén elérő gazdasági válság pedig felhívta a figyelmet arra, hogy a befektetői környezetnek való megfelelést nem lehet kihagyni a devizatartalék-stratégia legfontosabb szempontjai közül. A 2. ábrán ezt a fordulatot foglaljuk össze.

* Az összefoglalót az MNB 2001–2008 közötti éves jelentései alapján készítettük.

2. ábra. A devizatartalék-stratégia irányváltása



Forrás: saját szerkesztésű ábra az MNB éves jelentései alapján

Az MNB 2010-es éves beszámolója szerint a tartalékszint ki-elégítette az első, legfontosabbnak tartott funkciót, megfelelt a nemzetközi befektetői környezet elvárásainak. Nem így volt ez azonban 2008-ban, amikor az IMF-hitelhez kellett folyamodnunk. A következő fejezetben a devizatartalékolás nemzetközileg elfogadott szabályainak figyelembevételével megvizsgáljuk azt, hogy 2008-ban valóban olyan aggasztóan kevés volt-e a magyar devizatartalék, mint ahogyan azt a befektetők érzékelték.

A devizatartalékolás összehasonlító elemzése*

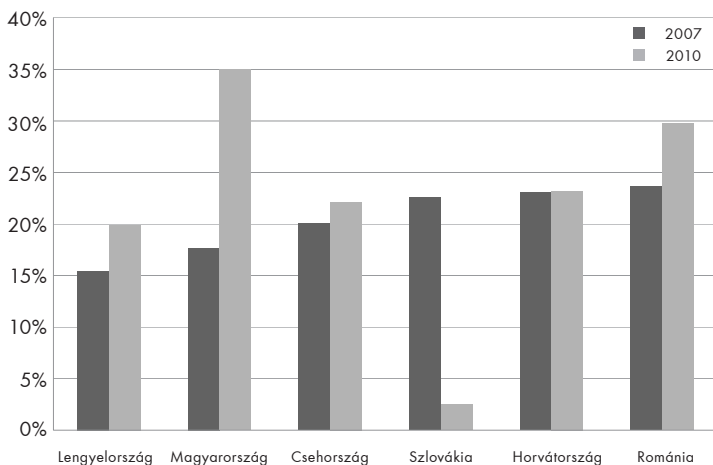
Nincs általánosan elfogadott mércéje a tartalékok javasolt mennyiségének, de a szakirodalom és a nemzetközi szervezetek egyszerű hüvelykujjszabályokat és ajánlásokat fogalmaznak meg arra, hogy egy ország monetáris hatóságának mekkora tartalékot érdemes tartania. Ezen mutatók használata sokszor nem kielégítő, de nagyon fontos mérceként szolgálnak, mert a hitelminősítő intézetek, a nemzetközi befektetők sokszor ez alapján ítélik meg egy ország sérülékenységét.

Magyarország kicsi, nyitott ország, a 2010-es IMF-statisztikák alapján számolt nyitottsága** (166 százalék) meghaladta a többi visegrádi ország nyitottságát, elhagyva Szlovákiáét is (163 százalék). Nem mindegy, hogy a nyitottság milyen finanszírozási pozícióval párosul, azaz egy ország tartósan hitelből él-e. A folyó fizetési mérleg és a tőkemérleg együttes egyenlege adja egy gazdaság nettó finanszírozási pozícióját. A Visegrádi Négyek mindegyikének külső finanszírozási igénye volt 2000-től, Magyarország külső adóssága a 2000–2008 közötti folyamatos külső finanszírozás miatt halmozódott fel. A 2009 óta jelen lévő magyar finanszírozási képesség azonban többnyire nem pozitív fejleményeknek tudható be, hanem a belső kereslet összeomlásának.

* A fejezet az Eurostat, az IMF, a Világbank és a BIS statisztikák alapján készült.

** A mutatószám kiszámításának módja a külkereskedelem aránya a GDP-hez viszonyítva, azaz $(\text{export} + \text{import}) / \text{GDP}$.

3. ábra. GDP-arányos devizatartalékok a régióban (2007, 2010)



Forrás: Világbank-statisztika (2012) alapján saját szerkesztés

A 3. ábrán az országok GDP-arányos devizatartalékát láthatjuk 2007-ben és 2010-ben. Magyarország GDP-arányos tartalékállománya 2007-ben csak Lengyelországénál volt nagyobb, viszont Lengyelország nem annyira nyitott ország, a külkereskedelem/GDP aránya csak 80 százalékos. A válság után Szlovákiát* leszámítva minden ország növelte a tartalékát, e trendben a magyar növekedés a legszembetűnőbb.

A továbbiakban a legismertebb három tartalékolási hüvelykujszabály alapján elvégzett elemzésünk főbb megállapításait foglaljuk össze:

Az importszabály értelmében a devizatartaléknak fedeznie kell legalább háromhavi importszámlát (Antal–Gereben,

* Szlovákia 2009-ben bevezette az eurót, így eurótartalékai már nem értelmezhetők devizatartaléknak.

2011.11.). Magyarországon a tartalékok importhoz viszonyított aránya 2000-től csökkenő tendenciát mutatott. 2007-ben az elemzett országok közül nálunk volt a legalacsonyabb a tartalék az import arányában, nem érte el a 3 hónapot sem (2,64 hónap), azaz nem felelt meg a hüvelykujjszabály által javasolt minimális szintnek. Az IMF-hitel felvétele után a tartalékunk 2010-ben már fedezett legalább 5 havi importot.

A Guidotti–Greenspan-mutató szerint a tartaléknak fedeznie kell az ország éven belül lejáráó külső adósságát (Greenspan, 1999). Eszerint Magyarországnak volt a legkevesebb a tartaléka a válság előtt, egyedül mi nem értük el a javasolt 100%-os fedezeti arányt. Összehasonlításként Csehországnak 1,4-szer nagyobb tartalékszintje volt Magyarországnál, miközben a teljes külső adóssága a magyar felét sem érte el (43 százalék). Az EU–IMF-hitel után a tartalékok szintje már elérte a rövid lejáratú külső adósság alapján indokolt szintet, az még azonban mindig alacsonyabb a többi régiós ország mutatójánál.

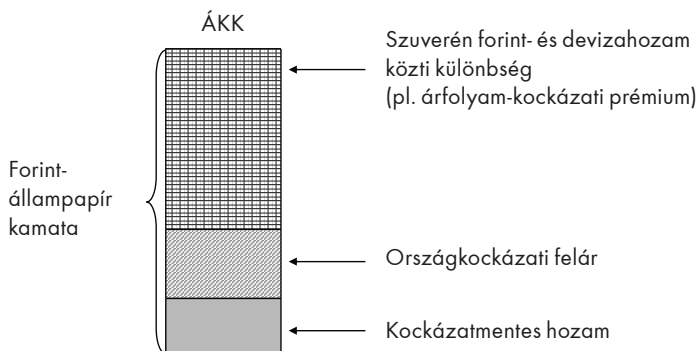
Az M2, azaz a tágan értelmezett pénztömeg magában foglalja a szűken értelmezett pénzt (a készpénzt és a látra szóló betéteket) és a határidős és devizabetéteket. Az M2-n alapuló tartalékolási mutató szerint a devizatartalékoknak fedezniük kell a kettő évnél rövidebb lejáratú banki megtakarítások egy adott (5-25) százalékát, feltételezve a belföldi megtakarítások külföldre menekítését (Obstfeld et al., 2008). A megfelelés függ az adott ország pénzügyi fejlettségétől és az alkalmazott árfolyamrezsimtől, ezért az M2-mutatót önmagában nem értelmezik, hanem régiós összehasonlítást végeznek vele. Magyarország 2007-ben az M2-mutató alapján az elemzett országok középmezőnyében szerepelt a 32 százalékos fedezettel, 2011-re viszont az M2 pénztömeg több mint 70 százalékára nyújtott fedezetet a tartalék.

A tartaléktartás költsége

A devizatartaléknak az előbbiekben középpontba állított előnyei (elsősorban a befektetői környezetnek való megfelelés) mellett jelentős költségvonzata is van. Ha az MNB devizahitel felvételével növeli tartalékát, akkor a tartaléktartás költsége a devizahitel költségének és a tartalék hozamának a különbsége, amely az országkockázati felárnak felel meg.

Ha az állam forintban finanszírozza magát, vagyis az Államadósság Kezelő Központ (ÁKK) forint alapú állampapírt bocsát ki, akkor a kockázatmentes hozam, az országkockázati felár és a szuverén forint- és devizahozam közötti különbség figyelembevételével alakul ki a forintállampapírok kamata, azaz a finanszírozás költsége (lásd 4. ábra).

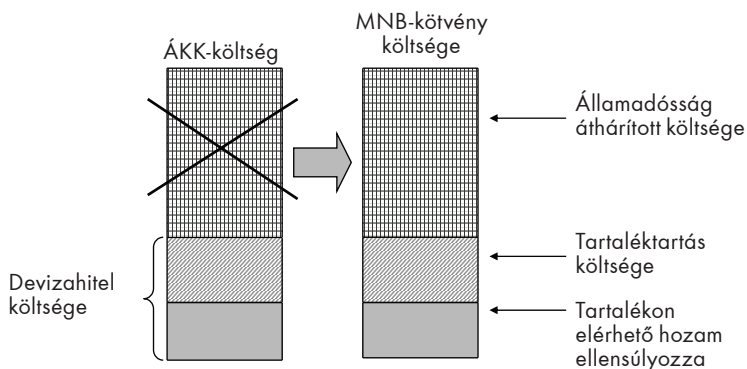
4. ábra. Az állami forintfinanszírozás költsége



Forrás: Az MNB 2009-es beszámolójához kapcsolódó prezentáció

Ha az állam devizában finanszírozza magát (devizaállampapírt bocsát ki vagy külföldi hitelt vesz fel), akkor megnő az MNB mérlegfőösszege: nő a devizatartalék és a kincstári számla. 2008-ban ez történt: a nemzetközi szervezetektől felvett devizahitelből finanszírozták a hiányt és a lejáró államkötvények egy részét, amivel párhuzamosan nőtt a devizatartalék. Mivel az államháztartás kiadásainak többségét forintban teljesíti, a devizahitelt forintra váltják át, amelynek elköltésével nő a bankok jegybanki likviditása, ezzel együtt pedig a kéthetes MNB-kötvényállomány is jelentősen felduzzad. Amennyiben tehát az állam forint helyett devizahitelből finanszírozza a hiányt, akkor a forint- és a devizafinanszírozás költsége közötti különbséget az MNB fizeti meg (lásd 5. ábra), mert a többletlikviditás végül a kéthetes kötvényállomány növekedésében csapódik le, amelyre a jegybank az alapkamatnak megfelelő kamatot fizet.

5. ábra. Az állami devizafinanszírozás költsége



A legtöbb nemzeti bank konzervatív kockázatvállalási hajlandóságából következik, hogy főleg kis kockázatú, alacsony hozamú eszközökben tartja a tartalékot, míg a finanszírozás ennél drágábban történik meg. Az MNB devizatartaléka is kizárólag magas minősítésű eszközöket tartalmaz, ezért 2010-ben a portfóliók piaci értékkel súlyozott éves nominális hozama mindössze 1,83 százalék volt (MNB 2010-es éves jelentés: 31.).

Eközben az MNB kéthetes kötvényekre fizetett jegybanki alapkamata 2008 óta mindig meghaladta az 5,25 százalékot (2011. december 27-től 7,00 százalék). Emiatt az MNB 2009–2011 közötti éves jelentései szerint a nettó kamat- és kamatjellegű eredmény 2009 óta folyamatosan negatív. A központi költségvetés az MNB tőkehelyzetét évente köteles rendezni az MNB-ről szóló törvény alapján. Az MNB eredményességének csökkenése tehát az állam konszolidált adósságát tovább növeli.

Használható a devizatartalék az államadósság csökkentésére?

Tanulmányunk lezárásakor a hatályos MNB-törvény (2011. évi CCVIII. törvény) 46. paragrafusa szerint a Monetáris Tanács tagjait az Országgyűlés nevezheti ki (hat évre) és foszthatja meg tagsági jogától, ami a korábbiakban az MNB elnökének javaslatára a köztársasági elnök feladata volt. Ennek eredményeként felmerültek olyan sajtóhírek, miszerint az új feltételek lehetőséget adhatnak a devizatartalék-stratégia gyökeres átgondolására. Felhasználhatná vajon az ország államadósság-csökkentés céljából a tartalék egy részét?

Az új jegybanktörvény, továbbá az európai uniós jogszabályok nem tennék lehetővé a devizatartalék kormányzat által

történő felhasználását. Az MNB az Európai Unió működéséről szóló szerződés 123. cikke értelmében nem nyújthat hitelt közvetlenül az államnak, ennél fogva a devizatartalékot nem tudná közvetlenül rendelkezésre bocsátani.

Vizsgált országaink közül Magyarország államadóssága a legnagyobb (lásd 1. táblázat), a külső adósság jelentős részét mégis a magánszektor eladósodása teszi ki. A külső adósságon belül az államé csak 29 százalék (JEDH-statisztikák, 2010), amely a jelentős külső adósság meglelte mellett még egy drasztikus államadósság-törlesztés esetén sem csökkentené érdemben a külső kitettséget.

1. táblázat. Az államadósság és a külső adósság alakulása a régióban (2010)

Országok	Bruttó államadósság/GDP (%)	Az államadósság aránya a teljes külső adósságon belül (%)
Csehország	37,6	26
Horvátország	35,3*	14*
Lengyelország	54,9	35
Magyarország	81,3	29
Románia	31,0	20
Szlovákia	41,0	20
Szlovénia	38,8	20

* 2009-es adat

Forrás: saját szerkesztésű táblázat Eurostat- és JEDH-statisztikák alapján

2010-es statisztikákon alapuló becsléseink szerint ha a központi költségvetés teljes devizaadósságát törleszteni szeretnénk, akkor a tartalék 90 százalékát fel kellene használnunk, és a Guidotti–Greenspan-mutatónak messze nem tudnánk

megfelelni (a tartalék a külső adósság megközelítőleg 20 százalékára nyújtana fedezetet). Amennyiben csak a devizaállamkötvényekre alkalmazzuk az előbbi gondolatmenetet, a tartalék majdnem felét fel kellene használni, és ekkor a Guidotti–Greenspan-mutató szerint a tartalék a rövid lejáratú külső adósság körülbelül 80 százalékanak felelne meg.

Az elméletileg felvethető törlesztésnek tehát nem csak törvényi, hanem likviditási korlátai is lennének. Úgy véljük, hogy ha a tartalékokhoz nyúlna Magyarország, az a nemzetközi megítélésén jelentős mértékben rontana, és bizalomvesztéshez vezetne.

Összegzés

Tanulmányunkban rámutattunk, hogy a válság kitörése előtt nem volt elegendő devizatartaléka Magyarországnak, amely az EU–IMF-hitel felvétele után változott meg. A történelmi méretű tartalék fenntartásának azonban jelentős költsége van.

Véleményünk szerint ha a tartalékokat úgy csökkentenék, hogy ezzel párhuzamosan a külső adósságot is mérséklük – miközben a tartalékolási hüvelykujjszabályoknak való megfelelés nem sérül –, az országhozzá tartozó felár csökkenésén keresztül a külső finanszírozás és a tartaléktartás költségét is csökkenteni lehetne. A külső adósságon belüli alacsony állami részarány miatt azonban még egy drasztikus államadósság-törlesztés sem csökkentené érdemben Magyarország külső kitettségét. Véleményünk szerint ezért nem javasolt a tartalékokhoz nyúlni adósságcsökkentési megfontolásokból, mert az az ország nemzetközi megítélésén rontana.

Felhasznált források

Antal Judit – Gereben Áron (2011): A feltörekvő országok devizatar-talék-stratégiái – a válságon innen és túl. MNB-szemle, VI. évf. 1. sz. 7–19.

Cheung, Y-W. – Qian, X. (2009): Hoarding of international Reserves: Mrs Machlup's Wardrobe and the Joneses. Review of International Economics, Vol. 17, No. 4, 824–843.

Az Európai Unió működéséről szóló szerződés egységes szerkezetbe foglalt változata <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0047:0200:HU:PDF> (Letöltve: 2012. március 19.)

IMF (2011): Assessing Reserve Adequacy, IMF Staff Paper, International Monetary Found, <http://www.imf.org/external/np/pp/eng/2011/021411b.pdf> (Letöltve: 2011. március 12.)

Greenspan, A. (1999): Currency reserves and debt. Before the World Bank Conference on Recent Trends in Reserves Management, Washington, D. C. April 29, 1999. <http://www.federalreserve.gov/Board-Docs/Speeches/1999/19990429.htm> (Letöltve: 2012. március 11.)

Kester, A. (2001): International Reserves and Foreign Currency Liquidity – Guidelines for a Data Template. International Monetary Found.

Obstfeld, M. – Shambaugh, J. C. – Taylor, A. M. (2008): Financial Stability, The Trilemma, And International Reserves, NBER Working Papers (WP 14217.)

Surányi György (2010): Téves diagnózis – téves terápia. Népszabadság, 2010. január 30. http://nol.hu/gazdasag/teves_diagnozis__teves_terapia, (Letöltve: 2012. március 19.)

2011. évi CCVIII. törvény a Magyar Nemzeti Bankról, a TDK-kézirat lezárásakor hatályos (2012. március 26.)

Internetes források

A BIS, a Világbank, az IMF és az OECD közös adatbázisa: Joint External Debt Hub <http://www.jedh.org/> (Letöltve: 2012. március 08.)

Eurostat, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database (Letöltve: 2012. március 08.)

IMF-statisztikák: IMF International Financial Statistics, <http://elibrary-data.imf.org/> (Letöltve: 2012. március 18.)

Az MNB éves jelentései (2008–2011), http://www.mnb.hu/Kiadvanyok/mnbhu_evesjel (Letöltve: 2012. március 11.)

A 2009-es MNB éves jelentéshez kapcsolódó prezentáció: http://www.mnb.hu/Root/Dokumentumtar/MNB/A_jegybank/kozerdeku_informaciok/gazdalkodasi_adatok/mnbhu_informaciok_jegybank_eredmeny/jb_eredmeny_091106.ppt (Letöltve: 2012. március 11.)

Világbank statisztikák: World Bank Statistics, <http://data.worldbank.org/> (Letöltve: 2012. március 08.)

A tanulmány a szerzők Áldás vagy átok? – Magyarország devizatartalék-stratégiája című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Kürthy Gábor

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2012. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Pénzügy szekcióban II. helyezést ért el.

Rausch Márton – Szcenzi Roland

Pénzügyi zsákutca vagy gazdasági sikertörténet? – A Soproni Kékfrank elemzése

Korunk gazdasági válságának hatására a közgazdaságtan évszázados eredményei sokak szemében hitelüket veszítik, ezzel párhuzamosan újszerű, csodát ígérő kezdeményezések kapnak lendületet. A helyi pénzek egyre jelentősebb terjedése és népszerűsége a magánembereknek a nemzetközi pénzpiacok átláthatatlanságától, illetve az árfolyamvesztésektől való megrettenésének lehet a következménye.

Tanulmányunkban részletesebben megvizsgáltuk a jelenséget: először körülhatároltuk és meghatároztuk a fizetőeszközök fogalmát, ami által a Soproni Kékfrankot egy utalványként azonosítottuk. A hitelesség eléréséért a Nemzeti Pénzverdét bízták meg az utalványok kinyomtatásával, ami önmagában nem garancia a „pénz” érvényességére.

A Sopron környéki vállalkozók megkérdezésekor kiderült: a Soproni Kékfrank bevezetése mögött álló fő motiváció a profit növelése volt. A helyi gazdaság szerepét a kisvállalkozók lényegesen fontosabbnak tartják az egész ország érdekeinél, ami tökéletesen magyarázza a helyi pénz bevezetését is.

Pénz vagy utalvány?

A helyi pénzek értelmezése a pénzügyi eszközök világában a nemzeti fizetőeszköz ellenpontjaként ragadható meg a legkönnyebben. A nemzeti fizetőeszköz, azaz hazánkban a forint olyan kitüntetett pénzeszköz, amelyet az ország nemzeti bankja bocsát ki, így a nemzeti bankon keresztül az állam tekintélye és felelőssége áll mögötte. Ezzel szemben minden egyéb eszköz, amely tranzakciók ellentételezésére használható, pénzhelyettesítőnek számít (Helmeczi–Kóczán, 2011).

A pénzhelyettesítő meglehetősen tág kategória, hiszen ide tartozik minden az üdülési és étkezési utalványoktól kezdve a háborús élelmiszerhiány alatt gyakran bevezetett jegyrendszeren át a tanulmányunk tárgyát képező helyi pénzekig. Érdeemes már itt megjegyezni, hogy az alapvető problémaforrás a pénzhelyettesítőkkel kapcsolatban az állami felelősségvállalás hiánya, amely az összes többi nehézség alapját adja.

A helyi pénzek a pénzhelyettesítők közül azok, amelyeket egy területi alapon szerveződő közösség bocsát ki azzal a szándékkal, hogy a nemzeti fizetőeszköz mellett vagy éppen ahelyett a helyi gazdasági szereplők használják. Hazánkban a helyi pénzeknek eddig egyetlen valóban működő példája a Soproni Kékfrank, amely immár csaknem két éve működik alternatív fizetőeszközként a forint mellett, főképp a Sopron-Fertődi Kistérségben.

Schwundgeld – a járhatatlan út

A Kékfrank is a fogyasztás ösztönzését szolgálja – az alapítók elképzelése szerint (kekfrank.hu, 2012. 09. 03.) –, ahogyan más helyi pénzek is hasonló célokkal jöttek létre. Az apadó keresletben látják a problémák forrását a helyi pénzt kibocsátók (Helmeczi-Kóczán, 2011), de ez a vélemény már sokkal korábban megjelent a történelemben és a jóléti hatásokról is készültek már tanulmányok (Rösl, 2006).

A fogyasztás ösztönzésére a XIX. században Silvio Gesell német közgazdász javasolt egy megoldást. Szerinte a pénztartást meg kell adóztatni, hogy az emberek fogyasztani kezdjenek, és ne érje meg a pénzüket nem elkölteni (Mankiw, 2009). Erre az elméletre támaszkodik a Schwundgeld (*német szó, jelentése: eltűnő, fogyatkozó pénz*), más néven Umlaufgesichertes Geld (*német szó, jelentése: körbeáramló, keringő pénz*), amely olyan pénzt jelent, amelynek értéke csökken a felhalmozása során. Természetesen ez a pénz vagyontartási funkciójának mond ellent (Helmeczi-Kóczán, 2011).

A Schwundgeld olyan rendszer, amely azt idézi elő, hogy az emberek folyamatosan meg akarnak válni a pénzüktől és a játék végén az veszít, akinél a pénz marad (Rösl, 2006). Egy modern Schwundgeld bevezetésének a keretfeltételeken és a piaci szereplők elemzésén túl biztosítani kell az alternatív pénz áramlását (Schulze, 2009). Ha a Schwundgeld-típusú pénzek valóban „add tovább” játékba hajtják a piaci szereplőket, akkor egy megfelelő áramlási rendszer nélkül roppant kockázatos lenne bevezetni őket. A racionális piaci szereplők minden bizonnyal nem szeretnék olyan alternatív pénzt használni, amelynek értéke a felhalmozás során csökken, miközben a törvényes fizetőeszközt akár államkötvényekben vagy kereskedelmi bankok betétjein kamatoztatni is lehet.

A Schwundgeld jóléti hatását a Bundesbank megbízásából készült tanulmány negatívnak tartja (Rösl, 2006), így a Schwundgeld bevezetése nem ajánlott, sőt a Thomas Schulze által leírt feltételek kiépítése is igen nehéz lehet Magyarországon. Minden bizonnyal megbukna egy ilyen rendszer nálunk, ugyanis nehéz lenne az áramlást örökké biztosítani, sőt hosszú távon a Schwundgeldet használók is rosszul járnának (Rösl, 2006).

Helyi érdekvédelem a globalizáció ellen

A helyi pénzek kibocsátói leggyakrabban a hazai termelők és szolgáltatók védelmét tűzik ki célul a kezdeményezés elé úgy, hogy csak a területi székhelyű vállalkozások válhatnak elfogadóhelyé. Így helyi pénzzel csupán a helyi árusoktól lehet vásárolni, akik várhatóan a megszerzett pénzt majd szintén a területen működő beszállítóiknak fogják továbbadni. Így az elmélet szerint a helyi pénzek egyfajta védőhálót vonnak a kibocsátó terület gazdasága köré (Kennedy, 2006).

Az előbb leírt gondolatmenetnek számtalan egyéb kedvező hatása lehet. Azzal, hogy lerövidíti az ellátási láncot, kevesebb szállítási költséggel jár, illetve végső soron a környezetbarát megoldás, hiszen a szállításból fakadó károsanyag-kibocsátás is csökkenthető általa.

A másik kedvező hatás a munkahelyteremtéshez kapcsolódik. Mivel a helyi pénz elméletileg helyi vállalkozások összefonódó sorát, hálózatát alakítja ki, így a kibocsátó területen új feladatok, és az új feladatokon át új munkahelyek is megjelennek. Ezáltal a kibocsátó terület munkanélkülisége csökkenhet. Az érveléssel kapcsolatban felmerül a kérdés, hogy

csupán a munkahelyek átcsoportosításáról van-e szó régión belülre vagy tényleges új munkahelyteremtésről, de az eddigi kezdeményezések túl kis léptékűek voltak ahhoz, hogy komoly statisztikai mérésekkel a kérdésre választ kaphatnánk.

Miért jó a fogyasztónak?

A gazdasági érvek elemzése még nem ad magyarázatot arra, miért csatlakozna bárki is a kezdeményezéshez fogyasztóként. A legtöbb helyi pénz kibocsátásakor az előző pontban említett kedvező hatások hangsúlyozása mellett egy a fogyasztókra közvetlenebbül ható elem is megjelenik. Leggyakrabban valamilyen árkedvezmény társul a helyi pénzek rendszeréhez.

Hazánkban például a Soproni Kékfrankkal való vásárlásakor az elfogadó üzlet 5-10 százalékos kedvezményt biztosít az eladási árból. Könnyű belátni, hogy a fogyasztók emiatt igyekeznek majd a nagyjából hasonló árszínvonalú boltok közül abban vásárolni, ahol az árkedvezményt érvényesíthetik, ezáltal a kezdeményezésben résztvevő vállalkozások, boltok is jól járnak (HA-MI, 2009).

Lakossági bizalom – a fedezet hiánya

A helyi pénzek elsődleges célcsoportjának, felhasználójának a helyi vállalkozások mellett mindenképpen a lakosság tekinthető. A lakosság, amely akár lokálpatriotizmusból, akár az árkedvezmények miatt, de elkezd használni a helyi pénzalványt, anélkül hogy a kezdeményezésnek, a pénz kibo-

csátójának bármennyire is utánanézne. Közgazdasági, pénzelméleti előismeretekkel a legtöbb ilyen átlag felhasználó nem rendelkezik, így felfogásuk a pénzütalványokról általában eléggé egyszerű.

„Helyi pénz” – ez a szakmai megnevezés, illetve a maguk a címletek is minden szempontból igyekeznek a lehető leginkább pénznek tűnni. A Soproni Kékfrank Sopron város nagy embereinek képeivel van díszítve, rajta van a névérték megjelölése, első ránézésre gyakorlatilag semmiben nem különbözik a klasszikus pénzekről. Ha mélyebben belegondolunk, akkor azonban már szinte semmiben nem hasonlít például a forintra.

A helyi pénzek ugyanis utalványok, nem pedig pénzek. Ez a megkülönböztetés nem csupán a szavak szintjén fontos, ebből fakad ugyanis a Kékfrank, illetve a forint közötti alapvető különbség. A forint mögött a Magyar Nemzeti Bank (illetve rajta keresztül a Magyar Állam) mint kibocsátó áll, amely nemzetközi és hazai állami elismertségével garantálja széles körű elfogadását, illetve akár cseréjéről, kivonásáról gondoskodik. A Kékfrank mögött semmilyen ehhez hasonló rendszer nem áll, a HA-MI ÖSSZEFOGUNK Szövetkezet gondoskodott ugyan a kezdeményezéshez szükséges törzstőke befizetéséről, illetve a bevezetéssel járó költségeket is a szövetkezet állja, azonban ezen túlmenően az utalvány mögött állami hatalom, illetve biztosítékok sincsenek. Így a pénz viszszeaváltása nemzeti fizetőeszközre korántsem garantált, így nem tekinthető konvertibilisnek.

Hitelesség kölcsönzése

A helyi pénzek kibocsátói gyakran szembesülnek az előző pontban felvázolt nehézséggel. Ugyanis egy utalvány korántsem lenne olyan széles körben elfogadott, hogy a kezdeményezés működhessen, így valahonnan „megbízható” látszatot kell kölcsönözni neki.

Ennek elterjedt megoldása, hogy a pénz formájában a lehető leginkább emlékeztessen az ország fizetőeszközére. A Kékfrank kezdeményezés szervezői ezt úgy érték el, hogy a Nemzeti Pénzverdét bízták meg a bankjegyek nyomtatásával, ezzel a lehető leghitelesebb forrást társították utalványukkal. Bár a Nemzeti Pénzverde saját pénznyomtatási szakértelmét valószínűleg befektette a Kékfrankosba is, ez mégsem teszi semmivel sem megbízhatóbbá a használatát.

Itt merül fel egy praktikus megfontolás is. A nemzeti fizetőeszközöket, így a forintot is roppant időtálló és erős papírra nyomtatják, hogy a lehető legkevesebb sérülés, szakadás merüljön fel, illetve a speciális papírral próbálják elejét venni a hamisításnak is. A Soproni Kékfrankot is erősebb papírra nyomtatták, ugyanakkor az még mindig messze elmarad a forint alapanyagától.

A Soproni Kékfrank várható problémái

A Soproni Kékfrank kibocsátói az elkövetkező időkben valószínűleg néhány meglehetősen kritikus problémával kell, hogy szembesüljenek. A szabályrendszer, amelyet megalkottak a szövetkezeti tagsággal, illetve a Kékfrank használatával kapcsolatban, megnehezíti a kezdeményezésben való részvételt, illetve lassítja is a csatlakozási folyamatokat.

Az első probléma az, hogy a kezdeményezéshez nem lehet automatikusan, pusztán a megfelelő mennyiségű Kékfrank kiváltásával csatlakozni, hanem adminisztrációs lépcsőkön keresztül, a csak havonta ülésező Kékfrank Igazgatótanács jóváhagyásával lehet tagságot nyerni. Nem nehéz belátni, hogy ezek a lépcsők inkább negatívan hatnak a csatlakozási kedvre, anélkül hogy valódi biztonságot jelentenének. Nem valószínű ugyanis, hogy az olyan vállalkozások, amelyek csatlakoznának a kezdeményezéshez, pont ez által az ellenőrzési procedura által bizonyítani tudnák elkötelezettségüket, illetve maga a szövetség sem tud így hitelesebb képet alkotni tagjairól.

A másik probléma, hogy a Kékfrank a helyi pénzeknek azon csoportjába tartozik, amely forgalmát próbálja árkedvezményekkel növelni. Ez azonban aligha fog valódi forgalomnövekedést hozni az elfogadóhelyeknek, mivel az emberek általános fogyasztási szokásait alig befolyásolják a Kékfrankhoz hasonló kezdeményezések.

Hazai sajátosság ugyanakkor, hogy a fogyasztók roppant árérzékenyek, szinte minden más szempont felett az ár alapján döntenek. Így akár sikeres is lehetne a Kékfrank, ám az semmivel sem praktikusabb, mint ha a szokásos üzletmenet tenne akcióssá néhány terméket. Hosszú távon feltételezhető, hogy egyszerűen kevesebb pénz marad így a vállalkozásoknál, és ezzel tulajdonképpen rosszul járnak.

A csatlakozás okai

Felmérést készítettünk a soproni vállalkozók körében egy interneten kitölthető kérdőív segítségével. A helyi vállalkozóknak azonban igen kis része rendelkezett működő e-mail-

címmel, így kérdéseinket csupán 52 helyre tudtuk eljuttatni. Ebből az 52 megkeresetből végül 15-en töltötték ki a kérdőívet, közülük 12-en voltak Soproni Kékfrank-elfogadó vállalkozók. Az alacsony kitöltési arány visszavezethető a Soproni Kékfrank programja iránti érdeklődés hiányára is.

A válaszadókat elsőként a csatlakozásuk okairól kérdeztük. Egytől ötig terjedő skálán értékelhették a következő szempontokat: üzleti potenciál, helyi gazdaság támogatása, kedvezmények lehetősége, illetve a versenytársak nyomása. Az 1. táblázat mutatja, hogy a válaszadók átlagosan mennyire tartották fontosnak ezeket a szempontokat (1 – *legkevésbé*, 5 – *leginkább*):

1. táblázat. Mi motiválta a Soproni Kékfrank bevezetésében?

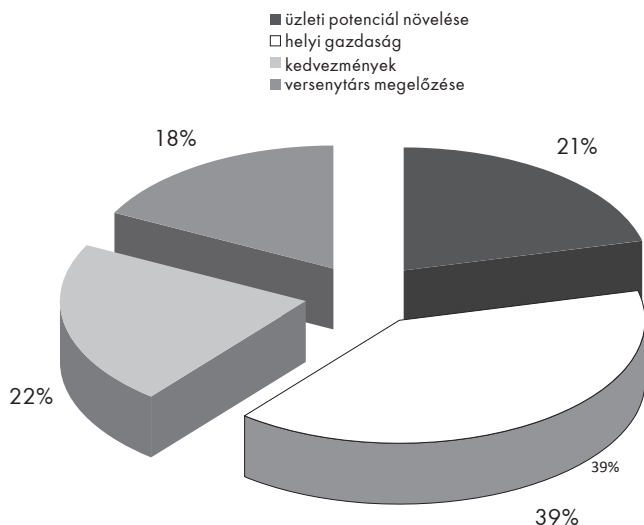
Szempont	Értékelés
üzleti potenciál növelése	2,5
helyi gazdaság támogatása	4,3
kedvezmények	2,5
versenytársak megelőzése	1,8

Forrás: saját ábra

Mivel a táblázat nem független a saját attitűdtől, az 1. ábra többet is elárul a csatlakozók hozzáállásáról (itt minden szavazó összesen 100 százalékot oszthatott szét a szempontok között).

Érdekes, hogy legfontosabb szempontként egyértelműen a helyi gazdaság támogatását emelték ki a válaszadók. Felmerül, hogy valóban a helyi pénzek-e az ideális eszközei ennek a célkitűzésnek. Ugyanis az például, hogy egy helyi vállalkozás, amely elfogad Kékfrankot, tényleg helyi árut kínál, már nem feltétlenül igaz.

1. ábra. A Soproni Kékfrank bevezetésének motivációi



Forrás: saját ábra

A másik két fontosnak értékelt szempont összefügg. Az üzleti potenciál, illetve a kedvezmények azt mutatják, hogy a vállalkozók forgalommnövekedést várnak az utalvány bevezetésétől. Felmerül ezzel kapcsolatban a kérdés, hogy vajon miért érzik fontosnak, hogy pont a Kékfrankkal kapcsolatosan nyújtsanak kedvezményeket, amikor bármilyen más akciót is bevezethetnének. Valószínűleg üzleti gyakorlatukban praktikus megoldásnak tartják a helyi vásárlókra vonatkozó árdiskriminációt, hiszen a helyi pénzekkel kapcsolatos kedvezmények végső soron ilyenek tekinthetők.

Az árkedvezmények és a forgalom növekedése

Kijelenthetjük, hogy az árkedvezmények és a velük járó forgalomm növekedés jelentős szerepet játszott a helyi pénzek bevezetésében.

A kis mértékű kedvezmények (1–5 százalék) a legnépszerűbbek, a válaszadók fele, 6 vállalkozás ad ekkora engedményt. A megkérdezettek közül 3 cég nem ad kedvezményt, hárman viszont 5–10% közötti engedményt adnak. Érdemes azonban megemlíteni, hogy azok, akik 5-10 százalék árkedvezményt is adnak, kivétel nélkül csökkentenék a kedvezményüket – a kérdőívben megadott válaszok alapján –, azaz nem feltétlenül jelenthető ki, hogy a nagy kedvezmények egyértelműen pozitív hatással bírnak.

Az összes válaszadó egyetértett abban, hogy forgalmának csupán elhanyagolhatóan kis részét bonyolítja Kékfrank utalványokkal, ami felveti a kérdést, hogy ilyen kicsi elterjedtség mellett meghaladják-e az utalványrendszer hasznai a fenntartási költségeket.

Elégedettség, vélemények a kezdeményezésről

Kérdéseink között néhány arra vonatkozott, hogyan ítélik meg a kezdeményezést. Mivel más régiók is terveznek helyi pénzeket kibocsátani, ezzel kapcsolatban is tettünk fel kérdéseket.

A megkérdezettek több mint 80 százaléka csatlakozna a kezdeményezéshez mostani belátása szerint is, és nagyjából ugyanennyien javasolnák is más régióknak a helyi pénz bevezetését, ugyanakkor akadt néhány olyan vállalkozás, amelyik mai belátása szerint már nem csatlakozna.

Kékfrank a csatlakozás után

A vállalkozókat megkérdeztük a profit fontosságáról is. (Lásd 2. táblázat.) A legtöbb (59 százalék) kulcsfontosságúnak tartja a profitot a vállalkozásában, ami közgazdasági ismereteink szerint rövid távú gondolkodásra is utalhat. Ez a rövid távú, profitorientált szemlélet összeecsenghet a helyi pénzekről várt gyors megoldással, az állam lassú problémamegoldó mechanizmusaival szemben.

A helyi vállalkozókat megkérdeztük a magyar gazdasághoz, a helyi gazdasághoz, valamint az Európai Unió gazdaságához fűződő viszonyukról. Egy preferencia-sorrendet kívántunk felállítani arról, hogy mely gazdaságok élénkítését tartják fontosabbnak.

A helyi gazdaság igényeit előrébb helyezik a magyar gazdaságnál is, ez jól látható a diagramokról. De nemcsak a fontos és a kulcsfontosságú válaszok egyszerű növekedése figyelhető meg, tételezzük fel, egyetlen más tényező csökkenése mellett, hanem a „felesleges” és „semleges” válaszok teljes eltűnése, ha a helyi gazdaság támogatásáról kérdezzük őket.

Az Európai Unió közös piacában már nem látnak olyan nagy lehetőségeket, mint a helyi gazdaságban, de még a magyar gazdasághoz képest is lejjebb értékelik.

2. táblázat. Összefoglaló a kérdőívek eredményeiről

Fontosság	Megoszlás (%-ban)			
	Profit növelésének jelentősége	Magyar gazdaság	Helyi gazdaság	EU piaca
kulcsfontosságú	59	50	58	8
fontos	33	25	42	17
semleges	8	17	0	25
felesleges	0	8	0	33

Forrás: saját ábra

Összefoglaló

A Soproni Kékfrank egy olyan törekvés része, amelynek célja a helyi gazdaság élénkítése, egyfajta segítségnyújtás a helyi vállalkozások számára. Ahogyan más helyi pénzek is, a Kékfrank is a kereslet élénkítését, a munkanélküliség csökkentését, valamint az infláció kiegyensúlyozását szolgálja.

A HA-MI szövetkezet kampánya során hivatkozott az MNB-re, valamint a Nemzeti Pénzverdére is, mintha a két intézmény bármilyen garanciát is jelentene a Kékfrank értékével kapcsolatban. A tanulmány során bebizonyosodott, hogy a Kékfrank konkrétan nem nyerte el az MNB támogatását, csupán nincs jogi eszköz vagy intézmény arra, hogy meg lehessen kérdőjelezni egy „helyi pénznek” nevezett utalványrendszer hatékonyságát.

Megállapíthatjuk, hogy a Soproni Kékfrank keletkezése a központi bank iránti kiábrándultság látszatát kelti, és erő-

sen emlékeztet a Schwundgeldre. A Soproni Kékfrank, mint kezdeményezés, igen pozitív és nemes szándékú, ugyanakkor közgazdasági nézőpontból nem egyértelműen bizonyítható a hasznossága.

Felhasznált források

Complementary Currency Resource Center (2012): What are the general arguments against local currency systems, and how do we respond to them? <http://www.complementarycurrency.org/helpdesk/arguments.html> (Letöltve: 2012. március 15.)

Egyed Krisztián (2009): Egyenlőtlenségek, pályázati források és kapcsolati hálók. PhD-értekezés, NYME. ilex.eke.hu/PhD/ktk/egyedkrisztian/magyar.pdf (Letöltve: 2012. március 15.)

HA-MI (2009): Gazdaságélénkítés helyi pénz segítségével. <http://www.kekfrank.hu/irottdok.php> (Letöltve: 2012. július 22.)

Helmeczi István Nándor – Kóczán Gergely (2011): A helyi pénznek nevezett utalványokról. MNB-kiadványok: http://www.mnb.hu/Root/Dokumentumtar/MNB/Kiadvanyok/mnbhu_mnbszemle/mnbhu_msz_201104/helmeczi-koczan.pdf (Letöltve: 2012. március 10.)

Kennedy, M. (2006): Complementary Currencies, New Paths to Sustainable Abundance. International Journal of Community Currency Research, http://margritkennedy.de/media/art_en_complementary_currencies_54.pdf (Letöltve: 2012. július 22.)

Mankiw, G. (2009): It May Be Time for the Fed to Go Negative, New York Times, April 18, <http://www.nytimes.com/2009/04/19/business/economy/19view.html> (Letöltve 2012. március 21.)

North, P. (2007): Money and liberation: the micropolitics of alternative currency movements. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Rösl, G. (2006): Local competition for the Euro?. Discussion Paper Series 1, forrás: Bundesbank: <http://www.bundesbank.de/download/>

volkswirtschaft/dkp/2006/200643dkp_en.pdf (Letöltve: 2012. március 10.)

Schulze, T. (2009): Von Geldschwund und Schwundgeld: Eine kurze Betrachtung zum Umgang mit Geld. Norderstedt: Books on Demand GmbH.

Tóth Balázs István (2010): A helyi valuta szerepe a lokális gazdaságfejlesztésben. Pénzügyi Szemle, 2011/3., 66–77.

Turján Anikó – Divéki Éva – Keszy-Harmath Zoltánné – Kóczán Gergely – Takács Kristóf (2011): Semmi sincs ingyen: A főbb magyar fizetési módok társadalmi költségének felmérése. MNB. Budapest

Zsolnai László (2002): Ethics and the Future of Capitalism. London: Transaction Publishers.

A tanulmány a szerzők azonos című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Madár István

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2012. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Gazdaságpolitika szekcióban II. helyezést ért el.

Tétényi László

Optimális árukapcsolás

Gyakran találkozhatunk a gazdasági életben azzal a jelenséggel, hogy a vállalatok a termékeiket együtt, csomagban értékesítik. Először megmutatom, hogy miképpen lehetséges a versenytársak kiszorítása a megfelelő csomagösszetétel megválasztásával, valamint hogyan befolyásolja ezt a termékek közötti kiegészítő viszony. Bizonyos termékek és szolgáltatások esetén az államnak lehetősége van arra, hogy beavatkozzon a csomagszerkezet meghatározásába, ezzel pedig csaknem ugyanúgy tudja változtatni a piacokon értékesített mennyiségeket, mint ha mennyiségi adót vetett volna ki a termékekre. A tanulmányban azt is megmutatom, hogy jobb az, ha az állam adókat, illetve támogatásokat nyújt, amennyiben a cél az egyik piac támogatása.

Bevezetés

Az árukapcsolás, azaz különféle termékek egy egységként való piacra juttatása úgy vonult be a történelembe, mint a piaci hatékonyság egyik fő ellensége: egy olyan eszköz, mely kizá-

rólag arra irányul, hogy egy vállalat más vállalatokat szorítson ki a piacról, ezáltal tovább növelve profitját. Alkalmazását, negatív hírnevének köszönhetően, sokáig egyértelműen az amerikai versenyjogba ütközőnek tartották (Sherman Act, Clayton Act). A közgazdasági irodalom csak az 1950-es évek végétől kezd el foglalkozni az árukapcsolás elméletével. Érdekes módon már ekkor megszületik az első kritika az árukapcsolási előítéletekkel szemben. Director és Levi (1956) azt állítja, hogy az árukapcsolás legjobb esetben is hatástalan, a vállalatok csupán a költségek csökkentése érdekében alkalmazzák.

Az első igazán fontos elméleti cikkek az 1960-as évek végén, 1970-es évek közepén íródnak (Stigler, 1966, Adams és Yellens, 1976). Stigler, Adams és Yellens már szembesülnek a problémával, melyet a kialakulatlan fogalmak jelentettek az árukapcsolás témakörében. Az árukapcsolásnak alapvetően két hatását különböztetik el: egyrészt a fogyasztók felé irányuló árdiszkriminációt – fogyasztók árérzékenységének megkülönböztetését –, másrészt pedig a rivális kiszorítását.

Ugyanitt vetődik fel, hogy az árukapcsolás az egyik termékből túltermelést, a másikból pedig alultermelést idéz elő az eredeti egyensúlyhoz képest. Ezáltal lehetőség nyílik a piacok árukapcsolással történő szabályozására, amelyet szembeállítok a piacok adókkal és támogatásokkal történő szabályozásával.

Ettől kezdve az árukapcsolás irodalma egészen 1990-ig elsősorban az árdiszkriminációval foglalkozik: egy monopólium viselkedését vizsgálják két piacon, diszkrét fogyasztókat feltételezve. Ezen a területen aztán Schmalensee (1982, 1984), illetve McAfee et al. (1989) ad pontosabb elégséges feltételeket, amelyek teljesülése esetén az árukapcsolás optimális stratégia lehet a többtermékes monopólium számára. Az említett

cikkek alapján felvetődik a kérdés, hogy vajon az eredeti termékek közötti kapcsolat mibenléte – kiegészítő, avagy helyettesítő – hogyan befolyásolja az árukapcsolást, és még mindig megéri-e a vállalatnak az árukat egy csomaggá kapcsolni.

Ez fontos kérdés lett a gyakorlatban is, amikor a számítástechnikai termékek kompatibilitását vizsgálták versenyjogi szempontból. Az IBM például büntetlenül átvészelte a 1980-as évek pereit, mert bár rengeteg beépített memóriával szerelték fel a számítógépüket, plusz tárolóegységet azonban nem lehetett kapcsolni hozzá, így tulajdonképpen árukapcsolást valósított meg, amelyet az 1950-es években vasszigorral büntettek volna. Látható, hogy komplementer termékek közötti árukapcsolás esete áll fenn. A későbbiekben megmutatom, hogy minél inkább kiegészíti egymást a két termék, annál kevésbé éri meg az árukapcsolás.

A kizorítási elméletre alapozott árukapcsolás azonban megújul, Whinston (1990) cikkével. Ez a cikk Director (1956) azon véleményére ad választ, mely szerint az árukapcsolás legjobb esetben is indifferens, nem lehet kizorítani vele másik vállalatot. Ő ugyanis azt feltételezte, hogy a vállalat az egyik piacon monopóliumként viselkedik, a másikon pedig tökéletes versenyzőként. Whinston azonban a tökéletes verseny helyett tökéletlen versenyt tételez fel. Ez kulcsfontosságú feltételnek bizonyul.

Whinston az árukapcsolás vizsgálata során beleütközik az úgynevezett elköteleződés problémájába. Ez azt jelenti, hogy nem mindegy, hogy a vállalat mikor dönti el az árukapcsolás mértékét, vagyis a csomag szerkezetét. Ha a másik vállalattal szimultán játékot játszanak (azaz egy időben döntenek a mennyiségről és a csomagszerkezetről is), akkor az árukapcsolás továbbra is hatástalan – ez az elköteleződés nélküli eset –, de ha a kéttermékes vállalat először dönt az optimális csomag-

szerkezetéről, majd szimultán döntenek a mennyiségekről, akkor az árukapcsolásnak jelentős kizorító hatása van a másik vállalatra. Az utóbbi esetben a kéttermékes vállalat előre elkötelezi magát a rögzített szerkezetű csomag termelésére.

A tanulmány felépítése a következő: a következő fejezetben megvizsgálom, milyen lehetőségei vannak a monopolistának a csomagszerkezet meghatározására és megmutatom a piacok összefüggésének hatását az árukapcsolásra. Ezután a kormányzat piacok befolyásolására használt eszközeit – árukapcsolás előírása, valamint mennyiségi adók és támogatások kivetése – hasonlítom össze. Végezetül összefoglalom a tanulmány eredményeit.

Csomagszerkezet monopóliumoknál

Az első modell egy klasszikus belépéstől való elrettentésre* ad példát, ami többek között Martin (2002) munkájában is megtalálható. A különbség az lesz, hogy a csomagszerkezet nem exogén, hanem endogén módon határozódik meg a modellben. A reprezentatív fogyasztó azonos, lineáris, nem összefüggő** keresleti függvényekkel rendelkezik a két piacon.

Két vállalatunk van, melyek közül az egyik monopolista mindkét piacon***, míg a másik vállalat megpróbál belépni az

* Klasszikus belépéstől való elrettentésnek hívjuk azt, amikor egy vállalat a saját piacát gazdaság eszközökkel próbálja védeni egy arra belépni készülő másik vállalattól.

** Az egyik termékből keresett mennyiség közvetlenül nem függ attól, hogy a másik termékből mennyit keresnek.

*** A két piacot sokféleképpen lehet értelmezni: két különböző termék piacaként, egy termék földrajzilag különböző piacaként stb. Ettől függően az árukapcsolás gyakorlati értelmezése is változhat.

egyik piacra. Ezt a monopolista úgy próbálja elhárítani, hogy a két piacon lévő termékeket egy csomagban adja el. E csomag szerkezete rögzített, így csökkentve a belépő profitját, amely elég nagy fix költség esetén negatívvá válhat.

Tegyük fel, hogy egy mobilszolgáltató – aki monopolista a telefonok piacán is – azzal próbálja meg elhárítani egy új mobilszolgáltató belépését a piacra, hogy a telefont és a hozzá tartozó szolgáltatást csak együtt hajlandó értékesíteni. A kérdés továbbra is nyitott marad: vajon egy telefonhoz több szolgáltatás is tartozhat? Azaz hogyan határozzuk meg a csomagszerkezetet?

A csomagszerkezet endogenizálása nem egyértelmű, két módszer is indokolt lehet közgazdaságtanilag, ez az úgynevezett elköteleződés problémája. Az első módszer szerint a monopolista vállalat a csomagszerkezetről és a csomagmennyiségről egy időben, a belépővel szimultán módon dönt, míg a második módszer esetén – ez az elköteleződés – a monopólium a csomagszerkezetet hamarabb határozza meg, majd a csomagmennyiségről a belépővel egy időben dönt.

A példa alapján ha a monopolista mobilszolgáltató el tudja hitetni versenytársával, hogy egy telefonhoz egy szolgáltatást fog adni, akkor sikeresen elköteleződik. Ha azonban ez nem sikerül, akkor kénytelen szimultán módon, egy időben dönteni versenytársával csomagszerkezetről (telefonszolgáltatás) és mennyiségről is.

A modell a következőképpen működik: a fogyasztó a hasznosságfüggvény alapján meghatározza a keresletét a monopolista és a belépő vállalat csomagja iránt (minden árhoz hozzárendel egy mennyiséget, amennyit az adott ár mellett venne a csomagból). Ezt követően a monopolista dönt a csomag szerkezetéről, majd ezután (vagy ezzel egy időben) a monopolista és a belépő is dönt a mennyiségről, figyelembe véve a keresletet és a másik vállalat termelését.

Ha nincs elköteleződés, akkor az árukapcsolásnak semmi hatása nem lesz a termelt mennyiségekre, az elért profit ugyanakkora marad, mint ha árukapcsolás nélküli verseny valósult volna meg a belépővel. Ha viszont a monopolista sikeresen elköteleződik, akkor az csökkenti a belépő profitját, a monopolistáét pedig növeli. A holtteher-veszteségeket összehasonlítva a második eset annak ellenére, hogy a fogyasztók jobban járnak, károsabb a társadalomra, mint az első eset. Továbbá az elköteleződéssel történő árukapcsolás azon a piacon, amelyiken nincs belépő, alultermelést, a másikon pedig túltermelést okoz az eredeti egyensúlyhoz képest.

1. táblázat

	Szimultán árukapcsolás	Szekvenciális árukapcsolás
x	1,5000	1,1015
b_m	$0,3333(a-c)$	$0,4079(a-c)$
b_b	$0,3333(a-c)$	$0,2961(a-c)$
q_1	$0,5000(a-c)$	$0,4493(a-c)$
q_2	$0,6666(a-c)$	$0,7040(a-c)$
$\pi_{\Sigma m}$	$0,3611(a-c)^2$	$0,3682(a-c)^2$
$\pi_{\Sigma b}$	$0,1111(a-c)^2$	$0,0877(a-c)^2$
ΣCS	$0,3472(a-c)^2$	$0,3487(a-c)^2$
ΣDW	$0,1806(a-c)^2$	$0,1955(a-c)^2$

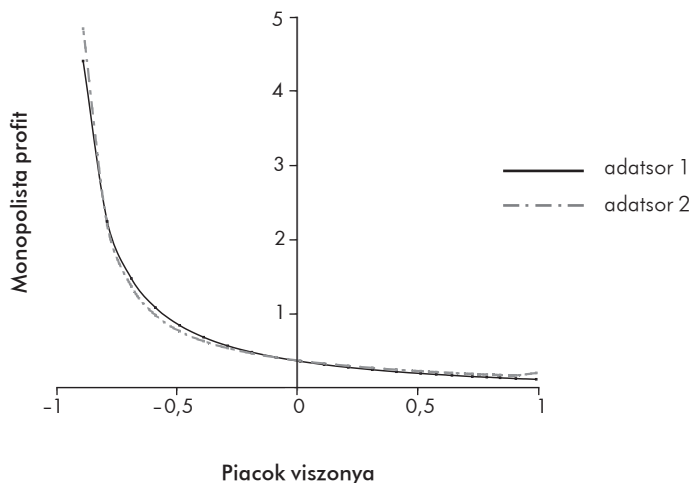
Forrás: saját számítás

Az első táblázat mutatja ezeket az eredményeket, ahol x az első termék aránya a másodikhoz viszonyítva egy adott csomagban, b a csomagmennyiség (indexben jelölve, hogy a monopolistáé, illetve a belépőé), q az első, illetve a második termék teljes mennyisége, π a monopolista, illetve a belépő teljes profitja, CS a (nettó) fogyasztói többlet, DW pedig a jóléti (holt-

teher) veszteség. Az a paraméter a keresleti függvény függőleges tengelymetszete, c a vállalatok határkölsége, m index a monopolista, b index pedig a belépő vállalatot jelöli.

Ha feltételezzük, hogy a két piac nem független egymástól – azaz az egyik piacon nő a kívánt mennyiség, amennyiben a másik piacon nő az eladott mennyiség (kiegészítő viszony) –, akkor az hatással van a modell működésére: a monopolistának egyre kevésbé éri meg elköteleződni, ahogy egyre kiegészítőbb a két termék közötti viszony. Az első ábra mutatja ezt a kapcsolatot a kiegészítő viszony (vízszintes tengelyen, minél kisebb az érték, annál kiegészítőbb a két termék közötti kapcsolat) és a monopolista profitja (függőleges tengely) között, ahol a szaggatott vonal mutatja az elköteleződés melletti, a folytonos pedig az anélkül keletkező profitot.

1. ábra



Forrás: saját ábra

A mobilszolgáltatós példán megfogalmazva ez azt jelenti, hogy a mobilszolgáltatónak nem feltétlenül éri meg elköteleződni, hiszen a fogyasztók számára a telefonnak és a hozzátartozó szolgáltatásnak csak együtt van értéke – a mobilszolgáltató több telefont tud eladni, ha jön egy belépő vállalat, amely több szolgáltatást értékesít, ezáltal a monopolista némileg kompenzálva lesz a telefonok piacán a szolgáltatások piacán keletkező profitsökkenésért.

Kormányzati eszközök

A kormányzat néhány piacon más mennyiséget gondolhat a társadalom szempontjából kívánatosnak, mint ami egy adott időpontban éppen kialakulna a piaci erők hatására. A történelem erre számos példát tud mutatni, ezek közül én csak az egyik legaktuálisabbat említem meg. Magyarországon 2011-ben az egészségügyi kockázatok miatt a kormányzat csökkenteni akarta az egészségre fokozottan káros ételek és italok mennyiségét, ezért bevezette az úgynevezett hamburgeradót. Azt szeretném megvizsgálni, vajon az adó kivetésének van-e olyan alternatívája, hogy a kormányzat ugyanezt a célt – a károsnak ítélt ételek fogyasztásának csökkenését – el tudja érni. Vajon alternatíva-e, hogy a kormányzat előírja, hogy a káros terméket csak úgy szabad eladni, ha vele egy csomagban – a kormányzat által – hasznosnak ítélt terméket is elad a vállalat?

Ez a hamburgeradó kapcsán megjelenik a kormányzati érvelésben is, hiszen a hamburgeradó bevezetését elsősorban egészségügyi okokkal indokolták, hogy így meg fog nőni a fogyasztás az egészséges ételekből – salátából. Tehát az adónak alternatívája-e, ha a kormányzat előírja a McDonalds'-nak,

hogy a hamburgert csak olyan menüben adhatja el, amelybe máától sült krumpli helyett salátát raknak.

Bár az árukapcsolás előírása jogi szempontból betarthatatlannak tűnik és ezért a gyakorlati megvalósíthatósága is kérdéses, elméleti szempontból azonban – amennyiben minden más tulajdonságában megegyezik az adóztatással – legalább egy előnye van ennek a megoldásnak az adóztatással szemben: nem történik jövedelem-újraelosztás az államon keresztül, ezáltal csökken a korrupció esélye. Az árukapcsolás piacszerkezeti modelljében – független piacokat feltételezve – a monopolista csökkentette a nem versenyző termékből a kibocsátását, viszont növelte a saját termelését a versenyzői termékből.

Ezt fogja kihasználni a kormányzat is: meghatározza az árukapcsolás mértékét, majd a tökéletlen verseny feltételei miatt a vállalatok úgy fogják módosítani a termelésüket, hogy a „hasznos” termékből többet, a „káros” termékből pedig kevesebbet adnak el.

Az egyszerűség szempontja miatt azonban néhány tényezőtől el fogok tekinteni. Mind a verseny növekedése – több vállalat –, mind pedig a termékek kiegészítő jellege csökkentené az árukapcsolás erejét, ezáltal az árukapcsolás egyre kevésbé lenne alternatívája az adóztatásnak. Tehát csak egy vállalat fog szerepelni a független keresletű piacokon. Emellett a statikus modellekben csak a döntés azonnali következményeit tudom elemezni, a hosszú távú hatások vizsgálata meghaladná e dolgozat terjedelmét, hiszen ehhez dinamizálni kellene az árukapcsolást.

A probléma a következőképpen formalizálható. Legyen adott n piac, ezen az n piacon egy darab monopolista vállalat. Legyen $z \in \mathbb{R}_{++}^n$ olyan vektor, amelynek a k -adik eleme megmutatja, hogy a k -adik piacon a kormányzat hányszorosa-

ra szeretné növelni a termékmennyiséget. Tegyük fel, hogy amennyiben a kormányzat közömbös, hogy egy piacon milyen termékmennyiség alakul ki, akkor a megfelelő koordináta értéke 1. A kormányzat azt szeretné, hogy minden egyes piacon a termékmennyiség pontosan a z vektor által meghatározott módon változzon, ugyanakkor a holtteher-veszteség minimális legyen.

Ekkor kétféle módszer közül választhat. Az első módszer a mennyiségi adókkal és támogatásokkal történő befolyásolás. Ekkor bevezet egy $t \in R^n$ vektort, mely megmutatja, hogy az egyes piacokon mekkora adót, illetve támogatást kell a termék egységére kivetni, hogy a mennyiségek a kívánt módon alakuljanak. A másik lehetőség, hogy előír egy $x \in R_{++}$ normált vektort, amely megmutatja, hogy a monopolista vállalatnak milyen szerkezetű csomagot kell termelnie és bár ekkor a csomagmennyiségről a monopolista dönt, a termékmennyiség a meghatározott módon alakul.

A két módszer összehasonlításához nem elég megmutatni, hogy az egyik kisebb holtteher-veszteséggel éri el ugyanazon z teljesülését, ugyanis akár különböző lehetséges megoldásokkal is rendelkezhet a két módszer, ezért ez a vizsgálódás csak abban az esetben célravezető, amennyiben a megvalósítható célok halmaza megegyezik. A már említett redisztribúciós hatás sem egyértelmű, hiszen amikor a kormányzat adózással, illetve támogatással beavatkozik, még ha feltételezzük is, hogy a kormányzatnak nincs fogyasztása, avagy saját kiadása, akkor is az a vállalatot, illetve a fogyasztót máshogy érintheti, mintha a csomagszerkezet előírásával avatkozott volna be.

A kormányzat általános, nemlineáris programozási feladataként felírt problémáját két piac esetén szeretném számszerűsíteni. A módszerek összehasonlítása során két feltevést tettünk fel: először is a kormányzatnak célja csak az első piacon van $z_1 \neq 1$ és $z_2 = 1$.

Két szempont alapján történt az összehasonlítás. Először a lehetséges megoldások halmazát hasonlítottam össze, azaz adott z_1 esetén van-e olyan adókulcs, illetve árukapcsolás, ami lehetővé teszi z_1 teljesülését. Megállapítottam, hogy a két módszer azonos halmazzal rendelkezik a lehetséges megoldások terén.

A második szempont a módszerek valamilyen hatékonysági kritérium alapján történő összehasonlítása, azaz melyik módszer esetén lesz a holtteher-veszteség minimális. Az első piacon biztosan ugyanakkora lesz ez az érték, így elég a második piacot vizsgálni. Az eredmény függ z_1 értékétől.

Ha $z_1 < 1$ (tehát csökkenteni akarjuk az első piacon lévő mennyiséget), akkor a két megoldás azonos holtteher-veszteséget, jóléti veszteséget okoz. Ha azonban $z_1 > 1$, akkor az adók/támogatások módszere kisebb holtteher-veszteséget generál. Ennek legfőbb oka az alapfeltevésekben rejlik, a negatív árukapcsolás ellenkezik azzal a feltevésünkkel, hogy viszonteladás nincs a piacon, hiszen ilyenkor a vállalat terméket venne a fogyasztótól, ami értelmetlen. Visszatérve a hamburgeradó példára, az árukapcsolás előírása a hamburgeradó megfelelő, közel ekvivalens alternatívája lett volna (amennyiben a cél valóban a káros termékek csökkentése és nem az adóbevétel növelése).

Összefoglalás

A bevezetésben ismertettem az árukapcsolás elméletének kialakulását, bemutatva azokat a kérdéseket, amelyeket közgazdasági modellekkel kívánok megválaszolni. Az első modell egy klasszikus belépéstől való elrettentést mutatott be, ugyanakkor rávilágítottam a monopolista elköteleződésének

a problémájára, miszerint nem mindegy, hogy a monopolista vállalat el tudja-e hitetni a belépővel, hogy az árukapcsolás szerkezete adott. Megmutattam, hogy az árukapcsolás csak akkor mutat profitkülönbséget az árukapcsolás nélküli helyzethez képest a monopolista számára, ha a termékszerkeztéről a monopolista hamarabb tud dönteni. Ekkor a jóléti hatás negatív volt, pedig a fogyasztók jobban jártak.

A kormányzati eszközök vizsgálatakor a kormányzat egyensúlyi mennyiségek befolyásolásának két módszerét – árukapcsolás és adóztatás – hasonlítottam össze. Azt a tényt használtam fel az előző modellekből, hogy az árukapcsolás megváltoztatta az egyensúlyi mennyiségeket, az egyik termékből túltermelést, a másiból alultermelést okozva. A probléma bonyolultsága miatt leegyszerűsített környezetet – két piac, egy vállalat – tételeztem fel. Azt a következtetést vontam le, miszerint ha a kormányzat csökkenteni akarja a termékmennyiséget, akkor a két módszer ekvivalens, viszont ha növelni szeretné a termékmennyiséget, akkor az árukapcsolás nagyobb jóléti veszteséget okoz, bár mindkét módszerrel ugyanazokat a kormányzati terveket lehet elérni.

Felhasznált források

Adams, W. J. – Yellen, J. L. (1976): Commodity Bundling and the Burden of Monopoly. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 90 No. 3, 475–498.

Chen, Y. (1997): Equilibrium product bundling. *Journal of Business*, Vol. 70 No. 1, 85–103.

Choi, J. P. – Stefanadis, C. (2001): Tying, investment, and the dynamic leverage theory. *The RAND Journal of Economics*, Vol. 32 No. 1, 52–71.

Director, A. – Levi, H. E. (1956): Law and the Future: Trade Regulation. Northwestern University Law Review, 51.

Martin, S. (2002): Advanced Industrial Economics. Blackwell Publishers. Oxford.

McAfee, R. P. – McMillan, J. – Whinston, M. D. (1989): Multiproduct Monopoly, Commodity Bundling, and Correlation of Values. The Quarterly Journal of Economics, Vol. 104 No. 2, 371–383.

Schmalensee, R. (1982): Commodity Bundling by Single-Product Monopolies. Journal of Law and Economics, Vol. 25 No. 1, 67–71.

Schmalensee, R. (1984): Gaussian Demand and Commodity Bundling. The Journal of Business, Vol. 57 No. 1, 211–230.

Stigler, G. J. (1966): The Economic Effects of the Antitrust Laws. Journal of Law and Economics, Vol. 9, October, 225–258.

Whinston, M. D. (1990): Tying, Foreclosure, and Exclusion. The American Economic Review, Vol. 80 No. 4, 837–859.

A tanulmány a szerző azonos című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Csekő Imre

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2012. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Gazdaságelemzés és gazdaságmodellezés I. szekcióban II. helyezést ért el.

Villányi Benjámín

Országúti fuvarozás a piaci kudarcok tükrében

Tanulmányomban a magyar közút sajátosságain keresztül szemléltetem az áruszállításból fakadó piaci kudarcokat és azok lehetséges megoldási módjait. A megoldási lehetőségeket külföldi példák alapján vizsgálom, és megemlítem a hazai gyakorlatban eddig meghozott kormányzati intézkedéseket is. A közúti árufuvarozás káros következményeinek enyhítésére hasznos formákat jelenthetnek a kombinált fuvarozási módok, különösképpen RoLa (Rollende Landstraße), a „gördülő országút”.

Bevezetés

A magas közúti teherforgalommal kapcsolatban számos nehézség merül föl, amelyek közül több a piaci kudarcokhoz fűződik. Ilyenek a negatív externáliák, a közjóságok és közösségi erőforrások, továbbá a monopóliumok kialakulása. Tanulmányom ezeket vizsgálja.

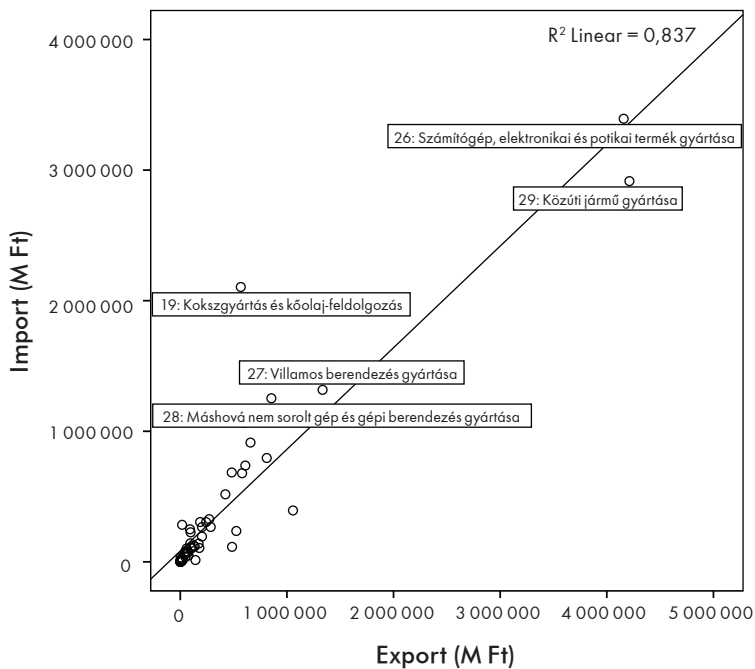
Először a piaci kudarcokat mutatom be, majd külföldi példákra támaszkodva a lehetséges megoldásokat vázolom. A befejező részben javaslatokat fogalmazok meg a helyzet javítására, áttekintem, hol tudná a piac kijavítani a tökéletlenségeit, és hogy van-e szükség állami beavatkozásra.

A magyar külgazdaság szerkezete

Hazánk földrajzi elhelyezkedése folytán a nemzetközi szállítmányozás terén jelentős átmenő teherforgalmat bonyolít le, és Magyarország gazdasága szerkezetéből fakadóan is rendkívül szállításiigényes. Az export magas importhányada következtében az áruknak nagyon sokszor kétszer kell ugyanazt az utat megtenniük, ráadásul közel 71 százalékban közúton (lásd KSH, 2011). Két ilyen jellemző termékcsoport a gépjárművek és a mobiltelefonok, illetve a hozzájuk szükséges alkatrészek (lásd KSH, 2008).

Emiatt szükséges kiemelt figyelmet fordítani az itthoni szállítmányozásra és az ebből származó káros következményekre, megoldási lehetőségeket kínálni ezek mérséklésére. A következőkben sorra vesszük, hogy a piac által előidézett állapot hol nem kielégítő társadalmi szinten.

1. ábra. Export importtartalma ágazonként



Pearson- ρ	Spearman- ρ_s	Kendall- τ
0,915	0,932	0,806

Forrás: KSH (2008-as ÁKM folyó áron), saját számítások – legnagyobb forgalmú ágazatok kiemelve.

Externáliák

Externáliáról akkor beszélünk, ha egy gazdasági szereplő hasznosságszintjét befolyásolja egy másik szereplő döntése, de a tevékenység kapcsán felmerülő költség (avagy pozitív externáliánál haszon) kívül esik az ármechanizmuson, és szintjét az elszenvedő fél közvetlenül nem tudja szabályozni (saját definíció Cullis–Jones, 2003 és Stiglitz, 2000 alapján). A közúti áruszállításnál is szembesülhetünk ilyennel.

A környezetszennyezés megjelenései közül érdemes a nagy kamionforgalom okozta légszennyezést kiemelni, amely jelentősen csökkenti a környéken élők egyéni hasznosságát. Egyrészt a hosszú kitettség légzőszervi megbetegedéseket okoz, másrészt csökkenti a lakókörnyezet élvezeti értékét, így a lakóingatlanok árát is. Ezt a problémát az Európai Unió az *európai kibocsátási normák* által szabályozza.

Az Euro I szabvány 1992-es bevezetése óta a nitrogén-oxidok és a PM szálló por kibocsátási határértéke töredékére csökkent a gázolaj üzemű tehergépjárműveknél. Ez azonban csak az újonnan üzembe helyezettakra igaz, és az elmúlt években begyűrűző gazdasági válság lassította a gépjármű-állomány cseréjét. Sok fuvarozó nem tudta fizetni a devizában rögzített lízingdíjat, emiatt az átlagos életkor nemhogy csökkent, hanem nőtt (2008 és 2010 között a 3,5 tonnánál nagyobb teherbírásúak tekintetében 14,43-évről 15,02 évre), mivel olcsóbb, régebbi járműre váltottak (lásd KSH Tájékoztatási Adatbázis, 2012).

Az externáliák kezelésére általában négy különböző megoldási lehetőséget ismertet a szakirodalom (lásd Cullis–Jones, 2003, 57–58., illetve Stiglitz, 2000, 244–250.), ezek az adóztatás, a szabályozás, a támogatás és az egyesítés. Megemlítendő, hogy Coase (1960) vitatja, hogy szükséges-e az állami beavatkozás.

A káros externáliák hatásainak csökkentése kapcsán a legfontosabb és legközismertebb lehetőség a *Pigou-adó*, amelyet először a szerző 1920-ban megjelent korszakos munkájában, a *The Economics of Welfare*-ben ismertetett. Ennek lényege, hogy gyakran jelentősen eltér a magán és a társadalmi határtermék, illetve határköltség az extern hatás miatt. Ezért szükséges a kibocsátónak kárpótolnia működése következményeinek elszenvedőit egy olyan adó által, amely a tevékenységi szintet a társadalmilag kívánatosra csökkenti. Így az extern költség megjelenik a kibocsátó költségfüggvényében, ráadásul a bevételekből megvalósítható a kártalanítás.* Nem kell feltétlenül magát a tevékenységet adóztatni, hanem lehet egy olyan terméket is, amely szoros kapcsolatban áll a tevékenységi szinttel, azaz esetünkben a gázolaj fogyasztásának adóztatásával ez közvetve is megvalósítható.

1. táblázat. A gázolaj átlagos ára 2011. november 1-jén Magyarországon

	%	Ft
termelői ár	41	175,80
nagykereskedelmi árrés	7	29,20
kiskereskedelmi árrés	4	15,90
jövedéki adó	27	110,35
forgalmi adó	20	83,60
készletezési díj	1	3,21
összesen	100	418,00

Forrás: MTI, 2011 (idézi: Piac&Profit, 2011) és MSZKSZ, 2012 alapján – vastaggal kiemelve a hivatalos értékek, a többi adat az MTI gyűjtötte piaci becslés

* A kártalanítást ugyan nem kötelező megvalósítani, ám az állam végül kénytelen viselni a káros tevékenység következményeit (egészségügyi ellátás, utak helyreállítása stb.).

Az 1. táblázatban szemléltettem egy liter gázolaj árának az összetevőit. Az ár 47 százaléka adó (és ez a 2012. január 1-jével 25 százalékosról 27 százalékosra emelt áfa-kulccsal tovább nőtt), azaz körülbelül 86,5 százalékos adó terheli a fogyasztást. A légszennyezés kapcsán elmondható tehát, hogy a gyártók részéről mutatkozik egyedül igyekezet környezetkímélőbb típusok előállítására, részben az uniós szabályoknak való megfelelés, részben kedvezőbb üzemeltetési feltételek biztosítása érdekében.

A fuvarozók új járművekre fordítható tőke nélkül és közvetlen érdekeltségi rendszer híján kevésbé tudnak változtatni, a magas üzemanyagárak ellenére sem csökken a fogyasztásuk. A légszennyezés mellett lényeges megemlíteni a kiugró zajterhelést, az épületekben a nagy tömegű teherautók keltette rezgések miatt bekövetkező károkat és a közúti baleseteket.

Közjavak és/vagy közösségi erőforrások

A közjóságok egyik tankönyvi példája a kellemes és biztonságos lakókörnyezet, a jó levegő, hiszen ennek hasznából nem lehet kizárni senkit, továbbá két szereplő a fogyasztás által nem csökkenti a másik rendelkezésére álló mennyiséget. Az utak abban a tekintetben különlegesek, hogy a 2. táblázatban szereplő összes csoportba besorolhatók.

2. táblázat. Jóságok csoportosítása

		kizárhatóság	
		megvalósítható	nem valósítható meg
fogyasztás	versengő	magánjavak	közösségi javak
	nem versengő	díjköteles javak	tiszta közjavak

Forrás: Musgrave–Musgrave, 1989, 44.

A fizetős autópályák és a 37/2007. (III. 26.) GKM-rendelet hatálya alá eső, tehergépkocsival díjfizetés ellenében használható főutak esetében a kizárhatóság egy erős negatív ösztönzővel megvalósul.* Ha emellett olyan kedvező forgalmi helyzetet feltételezünk, hogy annak szintje nem akadályoz senkit túlzottan a haladásban, azaz nincs dugó, akkor akár egy díjköteles avagy klubjóságról beszélhetnénk.

Itt elvileg a sajátos *tagsági díj* szolgálná a versengés hiányát biztosító fogyasztási szintet. Ugyanakkor tudható, hogy az útdíj meghatározásánál sokkal fontosabb az, hogy kényelmi és anyagi szempontokat figyelembe véve még épp megérje a főút helyett az autópályán haladni, a bevételek kellő mértékben fedezzék az üzemeltetést. Természetesen az is előfordulhat, ha valakinek egy kiemelt jelentőségű helyen van ingatlana, hogy megéri utat építenie és kizárnia a fogyasztásból az általa szabott díjat meg nem fizetőket (hegyszorosok, alagutak, révek, hidak).**

A vizsgálódást ezért leszűkíthetjük a településeket összekötő főutakra és a legfőbb városi útvonalakra. Az állam azon szolgáltatása, amely lehetővé teszi polgárai számára az egyik

* Itt elsősorban a 14 875 Ft-os pótdíjra gondolok.

** Az más kérdés, hogy ebben az esetben az állam ki szokta sajátítani ezeket az ingatlanokat vagy épp a beruházás elvégzéséért cserébe jogot ad a díjszedésre.

településről a másikra történő eljutást, akár lehetne közjóság is. A mozgás és tartózkodási hely szabad megválasztásának alkotmányos alapját mind a korábbi alkotmány, mind a jelenlegi alaptörvény biztosítja, márpedig ez a jog csak akkor gyakorolható hatékonyan, ha a települések közötti összeköttetés biztosított.

Már az ókori Perzsiában és a Római Birodalomban is kiemelt jelentőséggel bírt a megfelelő úthálózat kiépítése, amely lehetővé tette a hadsereg gyors mozgását, az államigazgatás fenntartását, ugyanakkor kereskedők és más utazók is igénybe vehették azt. Ebben a korban – és lényegében egészen a legújabb korig – rendkívül ritkán alakult ki torlódás egy úton, esetenként háborúban történhetett ez meg. Korábban, mivel az úthálózat fogyasztása nem volt versengő, továbbá a kizárhatóságot nem lehetett és nem is volt érdemes megvalósítani, az úthálózat közjóságnak minősült.

Samuelson (1954) a javakat két csoportra osztja: magán és közösségi fogyasztású jóságokra (*private and collective consumption goods*). Meghatározása szerint utóbbinál egy egyén fogyasztásától nem csökken a többi szereplő fogyasztása, ezt neveztem a későbbi szóhasználatnál élve nem versengő fogyasztásnak (*non-rivalrous or non-subtractable consumption*). Esetünkben különösképpen fontos e tulajdonság alapos vizsgálata, ugyanis a közúthálózatot gyakran a tiszta közjavak közé sorolják, holott ez napjainkban már korántsem ilyen egyértelmű.

A tiszta közjóságoknál az adagolás* nem valósítható meg és nem is célszerű (lásd Stiglitz, 2000, 143.). Ilyen lehet a már említett élhető és biztonságos lakókörnyezet mellett a gyakran

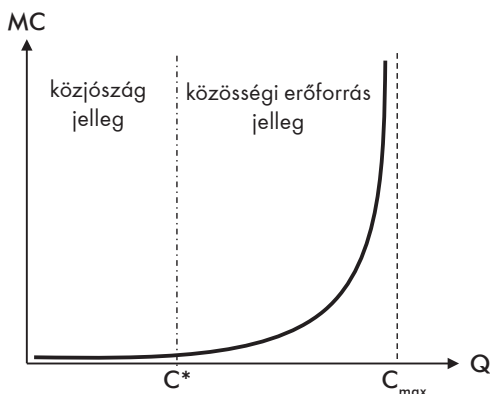
* Az ilyen jóságokból mindenki jellemzően egységnyit fogyaszt és a hasznai-ból mindenki részesül.

példaként hozott atomfegyvereken alapuló elrettentés. Ezen javaknál lényegében nincs határköltsége egy újabb egyén fogyasztásba való bevonásának (lásd Stiglitz, 2000, 147.). Ennek a feltételnek azonban viszonylag kevés jószág felel meg, és azok is legtöbbször elvont fogalmak, ahogy azt Cullis-Jones (2003, 78.) is megállapítja (például a szabadon fogható rádióadás). A nem kizárható fogyasztásnál legtöbbször a 2. ábrán látható jelenséggel szembesülhetünk. Aránylag magas fogyasztási szintig viselkedik közjószágként az adott jószág, ám egy bizonyos mennyiségen túl gyorsan elkezd nőni az újabb fogyasztó jószágélvezetének határköltsége (MC).*

A közutaknál a gépjárművek széles körű elterjedésével és a növekvő teherszállítással egyre gyakrabban fordul ez elő. C^* -nál még nem zavarják egymást a haladásban a vezetők, míg C_{\max} az út fizikai kapacitása, amelynek elérésekor leáll a forgalom. Utóbbi ritkán következik be, de torlódás hamar kialakulhat, és ekkor egy újabb kocsi megjelenése jelentős határköltséget okoz. Így a műszaki fejlődéssel a közúthálózat közjószágból közösségi erőforrássá vált, a különbség annyi, hogy egy falvak közötti úton a C^* szintet soha nem éri el a forgalom, míg csúcsidőben egy zsúfolt nagyvárosban vagy a díjmentes M0-s úton rendszeresen közelíti a C_{\max} -ot. Mivel az autópályáknál az ár nem a fogyasztás korlátozását, ezáltal a C^* elérésének megakadályozását szolgálja – azaz a mester-séges szűkösség kialakítását –, a díjköteles M7-esen is a C_{\max} elérésének lehetünk tanúi egy nyári hétvégén.

* Lényeges különbséget tennünk a közjószág előállításának és egy pótlólagos egyén fogyasztásba történő bevonásának határköltsége között, amint arra Stiglitz (2000) is felhívja a figyelmet.

2. ábra. Közjóság vagy közösségi erőforrás



Forrás: saját ábra

Mindezek miatt fellép a közutaknál a *közlegelő tragédiájához* hasonló probléma, hiszen ameddig jövedelmezőbb mind idő, mind egyéb közvetlen költségek tekintetében a fizetős utak helyett a közutat használni, addig megéri a fuvarozónak áttéríteni a forgalmat ide. Túlhasználat alakul ki, amelynek hatására tönkremegy az út, kátyúk és nyomvályúk keletkeznek rajta, állandó torlódások alakulnak ki. Stiglitz (2000, 150.) is támogatja, hogy a fogyasztás határköltségét az arra járókra terheljük, és a számítógépes rendszerek fejlődésével lehetővé vált, hogy az olcsóbb, adó alapú beszedés helyett árrendszer működjön, bevezessék az elektronikus útdíjszedést. Az autópályákat leszámítva Magyarországon kiemelkedő forgalom mutatkozik a 85-86-87-es főút vonalán (Győr–Rábfüzes), a 8-as (Budapest–Rábfüzes) és a 4-es főúton (Nagyvárad–Budapest), a helyzet jelenleg itt a legsúlyosabb (lásd KTI, 2009).

Javasolt intézkedések*

Az egyik lehetőség a közúti szállítmányozás okozta ártalmak csökkentésére a hagyományos vasúti szállítás mellett az intermodális vasúti fuvarozás, ezen belül a RoLa, vagyis a „gördülő országút” elterjesztése. Az elnevezés a német *Rollende Landstraße* (RoLa) kifejezésből származik, amelynél a nyergesvontató a félpótkocsival egy külön erre a célra átalakított vasúti pórkocsin utazik. Természetesen számolni kell azzal, hogy a közúthoz hasonlóan ez is okoz légszennyezést, zajterhelést, ám a vasút okozta extern költségek jóval kisebbek, amint arra CE Delft (2008, 113.) is rámutat.

Alapvetően a közúti fuvarozás mellett szól a gyorsaság, a rugalmasság, továbbá az áru mellett tartózkodik egy személy, aki felel annak hiánymentes megérkezéséért. A vasút viszont hosszabb távon tud nagy mennyiséget egyszerre elszállítani. Ez értelemszerűen behatárolja, hogy milyen áruknál érdemes az egyiket vagy a másikat választani. Közúton jellemzően egységcsomagolt, nagy értékű, romlandó vagy más különleges figyelmet igénylő termékeket, míg vasúton főleg ömlesztett árut, ipari alapanyagokat, energiahordozókat fuvaroznak. Meghatározó, hogy jelenleg valamivel drágább a vasúti szállítás, ennél fogva egyre kevesebben választják, 2011-re 14 százalékra csökkent az aránya, ugyanis a kiélezett piaci viszonyok között nem lehet az áru értékének 3-5 százalékánál több a fuvardíj.

A magasabb részesedés eléréséhez szükséges lenne a piac részéről a nagyobb rugalmasság, a menetvonal-engedélyek gyorsabb ügyintézése, a szállítmányozói igényekhez jobban alkalmazkodó menetrendek kialakítása. A korábban tárgyalt

* Ebben a szakaszban jelentős mértékben támaszkodom a Raaberlog és a Rail-Cargo Hungaria munkatársai által elmondottakra.

piaci kudarcok miatt indokoltnak érzem az állami beavatkozást több helyen.

A legfontosabb lépés a használatarányos elektronikus útdíj mihamarabbi bevezetése lenne, amely az osztrák mintához hasonlóan környezetvédelmi besorolású alapú díjszabást alkalmazhatna. Ez a szemlélet a gépjárművek adóztatásában is jobban érvényesülhetne, ugyanis jelenleg csak a személygépjárművekre vonatkozó regisztrációs és cégautóadónál létezik hatékony megkülönböztetés.*

Szükségesnek mutatkozik az elmúlt évtizedekben jelentősen leromlott vasúti pályaállomány felújítása, amiről egyelőre egy kivétellel még csak tervek állnak rendelkezésre. Érdemes lenne az új nagyberuházásoknál iparvágány kiépítését kikötni, ez nem minden esetben történt meg az elmúlt években. A környezeti ártalmak mérsékelésére célszerű lehet társaságiadó-kedvezményt nyújtani a környezetkímélőbb szállítmányozási formákat igénybe vevő társaságoknak, továbbá az előregedett járműállomány cseréjére államilag támogatott hiteleket nyújtani.

Összefoglalás

A közúti teherfuvarozás széles körben okoz ártalmakat. Ez kiterjed a környezet és az úthálózat károsítására, a lakosság életkörülményeinek rontására. Megoldásuk jelen pillanat-

* A köznyelvben átírási illetékként ismert visszterhes vagyónátruházási illetéket szabályozó 1991. évi XCIII. törvény 24. § csak életkori és teljesítmény alapján határozza meg az adómértéket, míg a súlyadóként elhíresült gépjárműadóról szóló 1991. évi LXXXII. törvény 8. § (1)–(2) bekezdése 6–7 éves járművekre is ad kedvezményt. Ugyanakkor (4)–(7) támogatja a kombinált áruszállítást is, ez mindenképpen előnyös.

ban önmagától a piactól nem várható, bár sok a lehetőség itt is. A környezetvédelmi szempontok ugyan érvényesíthetők szabályozás és adóztatás által, kedvezményes hitellehetőségek biztosításával, de emellett szükség van még más szállítványozási módzatok előtérbe helyezésére.

Egy lehetséges megoldás a káros externáliák kezelésére az intermodális, vasúti-közúti formák támogatása, amely megnyilvánulhat a teherautók szállítmányának kísért (RoLa) és kíséretlen továbbításában, továbbá a konténeres módszer szélesebb körű alkalmazásában. Ennek egyik szükséges, de nem elhanyagolható feltétele, hogy a piacra készülő vállalatokat legalább az engedélyeztetési eljárás egyszerűsítésével segítse az állam, és olyan költségviszonyokat teremtsen, amelyek egyenlő versenyzési körülményeket biztosítanak a közútnak és a vasútnak.

Nem kívánom azt sugalmazni, hogy a közúti szállítást a végletekig vissza kell szorítani, hiszen a rövidebb távú, különleges kezeléssű áruk esetében behozhatatlan előnnyel rendelkezik, továbbá elsöprő részesedéssel bír, így egy ilyen végkövetkeztetés komolytalan lenne. Ami sokkal inkább lényeges, hogy rendszerszintű szemléletben érdemes gondolkodni, megtalálni a közút, a vasút, de akár a vízi teherforgalom helyét a magyar gazdaságban, ehhez elengedhetetlen egy hosszú távú terv, amiben alapvetően újragondolnák mind-egyik szerepét.

Köszönetnyilvánítás

Ezúton köszönöm meg tanárom, Balogh László docens (BCE Pénzügy Tanszék) építő jellegű javaslatait. Hálával tartozom Nyemecz Tündének és Sári Frigyesnek (Raaberlog), Mészöly

Zsuzsannának, Molnár Péter Bálintnak és Vernes Andrásnak (RailCargo Hungaria), hogy időt áldoztak arra, hogy kérdéseimet feltehessem. Ezek a találkozók Gáspár László közreműködése nélkül nem jöhettek volna létre.

Felhasznált források

Coase, Ronald H. (1960): The Problem of Social Cost, *Journal of Law and Economics*, Vol. III. October, 1–44.

Cullis, John G. – Jones, Philip R. (2003): *Közpénzügyek és közösségi döntések*. Aula, Budapest

KSH (2008): *Külkereskedelmi termékforgalom*, 2007. Statisztikai Tükör, 2. évf., 37. sz., 1–4.

KSH (2011): *Jelentés a szállítási ágazat helyzetéről*, 2010. KSH, Budapest

Musgrave, Richard A. – Musgrave, Peggy B. (1989): *Public Finance In Theory and Practice*. 5. kiadás. McGraw–Hill, New York (Egyesült Államok).

Pigou, Arthur C. (1932): *The Economics of Welfare*. 4. kiadás. Macmillan, London (Egyesült Királyság).

Samuelson, Paul A. (1954): The Pure Theory of Public Expenditure. *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 36 No. 4, 379–389.

Stiglitz, Joseph E. (2000): *A kormányzati szektor gazdaságtana*. KJK-Kerszöv, Budapest

Internetes források

CE Delft (2008): *Handbook on Estimation of External Costs in the Transport Sector*. http://ec.europa.eu/transport/sustainable/doc/2008_costs_handbook.pdf (Letöltve: 2012. augusztus 9.)

Közlekedéstudományi Intézet: Nehéz tehergépjárművek 2006. évi forgalma Magyarország úthálózatán. <http://kti.hu/uploads/images/Trendek6/Otodik/5-065.jpg> (Letöltve: 2012. augusztus 9.)

KSH Tájékoztatási Adatbázis: Tehergépjármű-állomány 2008-tól. <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/themeSelector.jsp?page=2&szst=ODE> (Letöltve: 2012. augusztus 9.)

MSZKSZ (2012): a Magyar Szénhidrogén Készletező Szövetség honlapja, <http://www.husa.hu/ugyfeltajekoztato/hozzajarulasi-dij/> (Letöltve: 2012. augusztus 9.)

Piac&Profit (2011): Nem csak a gázolaj ára emelkedik. http://piacesprofit.hu/gazdasag/nem_csak_a_gazolaj_ara_emelkedik (Letöltve: 2012. augusztus 9.)

Interjúk, személyes beszélgetések

Nyemecz Tünde vasúti részlegvezető, Sári Frigyes közúti részlegvezető, Raaberlog Nemzetközi Szállítmányozási Kft., Budapest, 2012. március

Mészöly Zsuzsanna kombinált fuvarozási vezető, Molnár Péter Bálint értékesítési vezető, Vernes András kereskedelmi igazgató, Rail Cargo Hungaria Zrt., Budapest, 2012. március 23.

A tanulmány a szerző A kombinált áru fuvarozási módok vizsgálata a piaci kudarcok tükrében című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Balogh László

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2012. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Pénzügy szekcióban II. helyezést ért el.

Nemes Anikó Katalin

Egy hungarikum esélyei: a magyar fűszerpaprika versenyképessége

Tanulmányomban a fűszerpaprika mint hungarikum termékünk versenyképességét vizsgálom. A világhírű fűszer árupiacon betöltött helyzetének bemutatásához tanulmányoztam a magyar fűszerpaprika-ágazat hagyományait, múltját és jelenét, valamint átfogó képet nyújtok a magyar fűszerpaprika-kereskedelemről. A fűszerpaprika az Európai Unióban betöltött versenyhelyzetének pontos elemzését komparatív előnyt vizsgáló mutatószámok kiszámításával végeztem, majd a minőségi élelmiszertermék termékpályájában és versenyképességi pozícióban bekövetkezett számos változás okait és hatásait fejtem ki részletesen.

Bevezetés

Magyarországnak számos kiváló élelmiszer-ipari terméke van. Tanulmányomban ezek közül egy hungarikum, a fűszerpaprika versenyképességét elemzem. A legtöbb magyar em-

ber a fűszerpaprika szó hallatán egy igazán sikeres termékre asszociál, amelyet széles körben forgalmaznak világszerte, s nem is gondolná, hogy ez a fűszer már régóta nem tartozik Magyarország kiemelt exporttermékei közé.

A termék életpályája igen változatos képet mutatott az elmúlt 10 évben, mind a termelés, mind a kereskedelem terén. A következőkben áttekintem a hazai fűszerpaprika-ágazat hagyományainak a kialakulását, majd részletesen elemzem a magyar fűszerpaprika kereskedelmi helyzetét az Európai Unió tagállamaival, komparatív előnyt vizsgáló versenyképességi indexek kiszámításával. Célom, hogy átfogó képet nyújtsak a fűszerpaprika kereskedelmének és versenyképességi helyzetének az alakulásáról a fontosabb kereskedelmi tényezőkre és a széles körben elfogadott mérőszámokra alapozva.

A fűszerpaprika-kereskedelem

A paprika nem tartozik a világ legnagyobb területen termesztett zöldségei közé, Magyarországon azonban nagyobb jelentőségű, mint világviszonylatban. Szeged és Kalocsa történelmi körzeteinek köszönhető a fűszerpaprika-termesztés tényleges elterjedése hazánkban, és a települések máig megőrizték vezető befolyásukat az ágazatban. 1895-ös adatok szerint Szegeden körülbelül 3000 család termesztett 117 hektár nagyságú területen 1500-2000 tonna mennyiségű fűszerpaprikát. 1896-ból származó írások pedig arról számolnak be, hogy Fajszon (Kalocsa környéke) még több paprika termett, mint Szegeden (Hodossi et. al., 2012). A XX. század eleji szabad iparúzési korszakban a forgalom irányításának érdeké-

ben Magyarország vezetése kormányrendeletben ismerte el zárt termesztési körzeteknek a történelmileg kialakult, hagyományosan fűszerpaprikát termesztő területeket, a szegedi és a kalocsai tájörzetet.

A kollektivizálás időszaka alatt termelőszövetkezetekbe tömörítették a termelést, amely során jelentős károkat szenvedett az ágazat. Később az állam megszüntette a zárt termelési körzeteket, így lehetőség nyílt a háztáji-kiskerti tevékenységre és elszaporodtak a kisüzemi örlemény-előállítók (Szenes, 1996). Az 1970-es és 1980-as években egyre nőtt a fűszerpaprika-termesztéssel foglalkozók száma, amivel párhuzamosan nőtt a kivitelre szánt mennyiség. Az évszázad végére egy igazán jövedelmező ágazattá nőtte ki magát, amely a hagyományokra építkezett, és biztos megélhetést nyújtott több ezer család számára. A legnagyobb termelési volument az 1970-es években érték el, amikor 13 ezer hektáron termesztették a fűszerpaprikát az országban, és volt olyan év, hogy több mint 8 ezer tonna került exportra (Laczkó, 2004). Magyarország méltán híres ismertetőjegyévé vált a fűszerpaprika, országunk a világ tíz legnagyobb fűszerpaprika-termelőjének egyike volt (Hodossi et al., 2012).

A fűszerpaprika-ágazat egészen a 2000-es évek elejéig sikeresen fejlődő iparág volt, igaz, addig is felmerültek kisebb-nagyobb problémák a termesztésben és az értékesítésben (hamisítási botrányok, jelentős termésátlag-visszaesések). Azóta azonban hanyatlás következett be. Ennek számos oka van. Így például az egész mezőgazdasági szektorban csökkent a dolgozók száma, a fűszerpaprika-termesztés ráadásul erősen kézi munkát igénylő munkafolyamatok sorozatából áll, amely nem túl vonzó a mai gazdálkodóknak. Az időjárás okozta nagyobb termelés kiesések és a termesztési kedv megcsappanása mellett párhuzamosan több fontos kereskedelmi

tényező is közrejátszott az ágazat hanyatlásában. Az 1990-es végétől kezdődően megnövekedett a magyar paprika külföldi versenytársainak a száma. Európán belül a legnagyobb fűszerpaprika-importőrre Spanyolország vált, míg megjelentek az európai piacon az Európán kívüli fűszerpaprika-termelő országok, mint Chile, Izrael és Marokkó őrleményei is (Lakner–Sass, 1997).

Az ágazat történetében 2004 több okból is sorsfordító volt. Ekkor következett be a legnagyobb fűszerpaprika-botrány, amely a világsajtóban is több szalagcímet kapott. Az úgynevezett aflatoxin*-botrány során az Állategészségügyi és Élelmiszerellenőrzési Hatóság közraktárakban való ellenőrzésekkor a megengedettnél sokkal magasabb százalékban találtak aflatoxint a Dél-Amerikából behozott pirospaprika-őrleményekben. Az ÁNTSZ intézkedésére ideiglenesen lekerültek a polcokról a fűszerpaprikás zacskók és egyes ebből készült élelmiszerek is.

Mindez óriási bevételkiesést jelentett a termelőknek és a forgalmazóknak, és nemcsak a hazai vásárlók bizalma ingott meg, hanem nagy volt a külföldi piacvesztés is. Sok fogyasztó átpártolt a már korábban is fenyegetően felduzzadt „szürkegazdaságokhoz”, vagyis azon kistermelőkhöz, akik helyben, sokszor nem minden közterhet megfizetve, árusítják a portékájukat, további nagymértékű árcsökkenést előidézve a piacon (Lakner et al., 2005).

Hazánk 2004-ben csatlakozott az Európai Unióhoz, s ennek következtében eltörölték a fűszerpaprika-importra vonatkozó 42,5 százalékos védővámot. Európából így vámmentesen, míg a tengerentúli országokból csupán 5 százalékos vámteherrel

* Az aflatoxinok élő szervezetre veszélyes rákkeltő mikotoxinok, amelyek penészgombát termelnek (Lakner et al., 2005).

érkezhet fűszerpaprika-őrlemény Magyarországra (Agroline, 2009). Az intézkedéssel lehetővé vált az olcsó importpaprika tömeges beáramlása az országba, még nagyobb lett az árcsökkenés, és jelentősen romlott a fűszer sokak által elismert minősége.

Mindezen események láncolata nemcsak a hazai kereskedelemre volt negatív hatással, hanem nagymértékben megváltoztatta a külföldi fellevevőpiacok számát és arányát is. Az EUROSTAT adatbázisa alapján 2004 előtt a legjelentősebb importőreink Németország, Ausztria és Románia voltak. 2010-re ez a sorrend jelentősen megváltozott, Németország megmaradt a legnagyobb felvásárlónak, Ausztria azonban mindössze az ötödik helyre csúszott vissza, és helyét átvette Svájc és Olaszország. A változás annak tudható be, hogy napjainkban szinte minden ország számára elérhetővé vált az olcsóbb tengerentúli fűszerpaprika. Németország, Svájc és Olaszország pontosan azért a legjelentősebb magyar fűszerpaprika-importőrök, mert ezekben az országokban az embereknek van pénzük és igényük a jobb minőségre.

További problémákat okoz, hogy az olcsó import paprika Magyarország számára is elérhetővé vált, így nagymértékben elszaporodott a kiváló minőségű magyar fűszerpaprika keverése az olcsóbb külföldről behozott őrleményekkel. Nem ritka a pusztán külföldi származású piros paprika hazai átcsomagolása sem, még a legnagyobb gyártók is forgalmaznak nem hazai származású fűszerpaprikát.*

* Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság, Jelentés a fűszerpaprika összehasonlító vizsgálatáról, (2011): http://www.nfh.hu/data/cms41363/jelentes_teljes.pdf

A magyar fűszerpaprika versenyképessége

A versenyképesség és a komparatív előny kifejezéseket gyakran helyettesítő fogalmakként használják, pedig két fontos dologban is különböznek. Egy termék nemzetközi versenyképességét Lafay (1992 idézi: Fertő, 2002) alapján makroszinten országok között mérhetjük egy termékre vonatkozóan, és igen érzékenyen reagál a különböző makroökonomiai változásokra. Fertő (2002) cikke szerint a komparatív előnyöket viszont egy országon belül vizsgálhatjuk különböző termékek között.

A komparatív előny, illetve hátrány kimutatására kialakított mutatószámok egy bizonyos termékcsoporthoz lebontva vizsgálják meg a versenyképességet, országok közötti export- és importadatok felhasználásával. Az elmúlt évtizedben az egyik legáttekinthetőbb összefoglaló munka a megnyilvánuló komparatív előnyökről Fertő és Hubbard 2002-es publikációja. Több tanulmány is a munkásságukra épül a témában, indexeim számítása során én is az általuk rendszerezett mutatószámokra és struktúrára hagyatkoztam.

A megnyilvánuló komparatív előnyök koncepciója a nemzetközi kereskedelmi elméletekre épül. Az eredeti RCA (Relative Comparative Advantages – megnyilvánuló komparatív előnyök) koncepciót először Liesner (1958) vezette be, de 1965-ben Balassa fogalmazta újra és terjesztette el a köztudatban, így vált Balassa-indexként ismertté, amelyet a következőképpen határozott meg:

$$B = (X_{ij}/X_{it}) / (X_{nj}/X_{nt}),$$

ahol X az exportot, i egy adott országot, j egy meghatározott terméket, t a termékek egy csoportját, n pedig az országok adott csoportját reprezentálja. A Balassa-index megmutatja egy adott ország adott termékére, egy adott országcsoporton

belül és az adott termék csoportján belüli arányát az exportból a külkereskedelmi adatokat felhasználva az egyes országok között. Ha $B > 1$, akkor megnyilvánuló komparatív előnyről beszélhetünk.

A klasszikus Balassa-indexet sokan kritizálják kiszámított értékeinek eredményei miatt. Kiszámítása során ugyanis a Balassa-index nem veszi figyelembe a mezőgazdaságban különlegesen fontos szerepet betöltő állami szabályozásokat és korlátozásokat. A torzító eredmények kiküszöbölésére Vollrath 1991-ben három alternatív speciális mutatószámot hozott létre.

Az első index ezek közül az RTA, amelyet valójában a Balassa-index és annak import ellentett párjának különbségével számíthatjuk ki. Vollrath a Balassa-indexet RXA (relative-export-advantage, relatív exportelőny), import ellentett párját pedig RMA (relative-import-advantage, relatív importelőny) betűkkel rövidíti. A második a relatív exportelőnyök logaritmus (ln RXA), a harmadik pedig a relatív versenyképesség mércéje (RC, relative-competitiveness, relatív versenyképesség).

Az RMA mutatószám a relatív importelőnyöket mutatja meg egy adott ország adott termékére, adott országcsoport és az adott termék csoportjának viszonylataiban. Az RMA valójában az RXA (Relative Export Advantage – relatív exportelőny), vagyis a Balassa-indexnek az importoldali ellentett párja. Az RMA kiszámításának módja megegyezik a Balassa-indexével azzal a különbséggel, hogy az exportadatok helyett importadatokat kell a figyelembe venni.

Az RTA-index (Relative Trade Advantage – relatív kereskedelmi előny) megmutatja a relatív export- és importelőnyök különbségét egy adott országra és annak egy adott termékére vonatkozóan egy adott országcsoporton belül és adott termék-

csoportban. Az RTA mutatószámnak az az előnye, hogy mind az export-, mind az importoldalt figyelembe veszi. Az RTA-index a következőképpen írható fel:

$$RTA = ((X_{ij}/X_{it})/(X_{nj}/X_{nt})) - ((M_{ij}/M_{it})/(M_{nj}/M_{nt})),$$

ahol X az exportot jelenti, ugyanazokkal a jelentésekkel, mint az RXA/Balassa-indexnél, M pedig az importot reprezentálja, ugyanazokkal a jelentésekkel, mint az RMA-indexnél. Ha $RTA > 1$, akkor az adott országnak kereskedelmi előnye van, ellenkező esetben kereskedelmi hátránya (Fertő–Hubbard, 2001).

A Vollrath által a megnyilvánuló komparatív előnyök mérésére megalkotott harmadik index specifikációja a relatív versenyképesség mutatója, az RC-index (Revealed Competitiveness), amelynek kiszámítási módja:

$$RC = \ln RXA - \ln RMA$$

Ebben az esetben a már meglévő RXA- és RMA-indexeknek vesszük a logaritmusát, és azoknak vesszük a különbségét. Az $\ln RXA$ és $\ln RMA$ előnye a logaritmikus formájukban rejlik, ugyanis szimmetrikusak az origóra. Ha az RC-index értéke pozitív, akkor komparatív versenyelőnyt mutat, ha pedig negatív, akkor versenyhátrányról árulkodik.

Amíg az 1. táblázatban az elsőként kiszámolt Balassa-index a vizsgált periódusban (2001–2010) minden évben egyértelmű versenyelőnyre utal, és csak a 2006-os évtől kezdődően csökkennek az értékei az átlag alá. A többi Vollrath-féle mutató már sokkal látványosabb eltéréseket mutat az egyes években, jóval átfogóbb és részletesebb képet nyújtva a különböző években történt események hatásairól. A 2004-ben, illetve 2008-ban bekövetkező események (papkabotrány, termelés kiesés) negatív hatásai az összes mutatószám értékeiből kiolvashatók.

1. táblázat. Magyarország fűszerpaprika-kereskedelme az EU 27-tel 2001–2010, Balassa-, RCA-, RT-, RC-indexek kiszámított értékei

	2001	2002	2003	2004	2005	2005	2007	2008	2009	2010
Balassa-index (RXA)	12,35	12,80	14,18	13,12	11,98	11,19	9,85	10,38	4,81	6,06
RMA	4,20	1,15	3,61	4,91	2,01	2,63	2,54	4,66	3,56	3,10
RTA=RXA(Balassa)-RMA	8,15	11,65	10,56	8,21	9,97	8,56	7,31	5,72	1,25	2,96
RCA(ln Balassa)	2,51	2,55	2,65	2,57	2,48	2,41	2,29	2,34	1,57	1,80
RC=ln RXA - ln RMA	1,08	2,41	1,37	0,98	1,79	1,45	1,36	0,80	0,30	0,67

Forrás: EUROSTAT (2012) adatok alapján saját számítás

Összességében mindegyik indexről elmondhatjuk, hogy csökkenő tendenciát mutatnak a megvizsgált tíz év alatt, igaz, a versenyképességi kritériumoknak megfelelnek az indexek, meg sem közelítik azonban a 2004 előtti versenyképességi szint számadatait. Továbbá arról sem szabad megfeledkez-nünk, hogy a kiszámított indexek az Európával folytatott ke-reskedelemre vonatkoznak, nem pedig világviszonylatban vizsgálnak, amely esetben sokkal alacsonyabb értékeket kap-nánk. Az egyes években bekövetkező változásokat az egyes indexekhez tartozó szórások igen eltérő adatai is igazolják. A versenyképesség visszaeséséhez vezető okokat és azok ha-tásait a következő fejezetben foglaltam össze részletesebben.

A versenyképesség csökkenésének magyarázatai

A magyar fűszerpaprika-ágazat vizsgálata és a Balassa-inde-xek kiszámítása után egyértelműen kiderült, hogy az utóbbi években jelentősen romlott a fűszerpaprika versenyképessé-ge. Az említett fűszerpaprika-botrányok, uniós csatlakozás és termelés-csökkenés mellett még számos okkal magyarázható a fűszerpaprika pozíciójának romlása. A különböző kereske-delmi hatásokat Jámbor (2011) tanulmánya alapján foglalom össze.

Az Európai Unióhoz való csatlakozás során nemcsak a védővám eltörlésével, hanem a beáramló olcsóbb külföldi import paprikák által generált árversennyel is meg kell küz-denie a hazai fűszernek. Az árversenyben kialakult magyar hátrányhoz nagyban hozzájárult a forint-euró árfolyam igen erőteljes változékonysága az elmúlt években.

A 2007–2008-as élelmiszerválság pedig még jobban elmélyítette a helyzetet. Az uniós csatlakozás egyik legfontosabb hatásaként nem feledkezhetünk meg a különböző multinacionális élelmiszer-feldolgozó és -kereskedő vállalatok tömeges megjelenéséről, rohamos térnyerésük az élelmiszeriparban teljesen új feltételeket teremtett hazánkban. A magyarországi problémákat tovább súlyosbítja a tradicionálisan szigorú és magas kulcsokkal jellemezhető adó- és járulékrendszer is, komoly versenyhátrányt jelentve a magyar vállalkozóknak más európai vállalkozásokhoz képest.

Egyértelműen látható, hogy számos külső, illetve belső okra vezethető vissza a magyar fűszerpaprika-ágazat versenyképességének csökkenése. Mindezeknek köszönhetően a komparatív előnyt kimutató indexek sem tartósak, jelezve a hungarikum termék jelentőségének csökkenését az eurózónában.

Összegzés

Egy hungarikum termékünk, a fűszerpaprika versenyképességét vizsgáltam a magyarországi termesztési helyzet elemzésével, illetve az Európai Unióval folytatott kereskedelem alapján. A kereskedelmi helyzetben bekövetkezett változások és a kiszámított Balassa-indexek eredményei alátámasztják a termék versenyképességének jelentős romlását. Igaz, hogy a fűszerpaprika-exportunk nagymértékben lecsökkent napjainkra és elvesztettük korábbi élvonalbeli kereskedelmi pozíciónkat az ágazatban, azonban szem előtt kell tartanunk a fűszer kereskedelmének az újbóli fellendítésére való lehetőségeket.

Először is, bár az utóbbi tíz évben csökkentek a termesztőterületek és a betakarított termés, 2010-től mindkét tényező szerény növekedését figyelhetjük meg. Nagyon biztató továbbá, hogy az Európai Unió felvette a szegedi és kalocsai fűszerpaprikát az oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel ellátható termékei közé, elismerve ezzel a magyar fűszerpaprika-örlemény egyedi minőségét és hungarikum voltát.

A fűszerpaprika-értékesítéssel foglalkozóknak minél gyorsabban fel kellene zárkózniuk az európai trendekhez, és jó kapcsolatot kiépíteni a különböző multinacionális cégekkel és hipermarketekkel a folyamatos felvásárlást biztosítva. Jó példa erre, hogy az egyik legnagyobb élelmiszergyártó és -forgalmazó svájci cég a Nestlé európai hálózata, 2012. márciusi hír alapján, több mint 100 ezer tonna magyar fűszerpaprikát tervez vásárolni a Rubin Szegedi Paprikafeldolgozó Kft.-től, mintegy 400 ezer euró értékben.*

Emellett a fűszerpaprika-termelőknek és -feldolgozóknak kölcsönösen támogatniuk kellene egymást a hatékony értékesítés érdekében. Számos nagyobb feldolgozó cég használ fel őrleményei keveréséhez olcsó rosszabb minőségű külföldi fűszerpaprikát, illetve csomagol be tisztán import paprikát. Véleményem szerint a hazai minőség és különleges íz fenntartásához minimálisra kellene csökkenteni a magyar fűszer keverését idegen származású fűszerporral, és így elérhetőbbé válna a hazai termelők támogatása, szemben a külföldiekével.

* Nestlé hivatalos honlapja, 2012: <http://www.nestle.hu/media/pressreleases/Pages/MagyarfuszertpaprikatvasarolaNestle.aspx>

Felhasznált irodalom

Balassa Béla (1965): Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage, *The Manchester School*, 33. 99–123.

Fertő Imre (2002): A komparatív előnyök mérése, KTK/IE Műhelytanulmányok 2002/7, Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaságtudományi Kutatóközpont, Budapest, 5.

Fertő Imre – Hubbard Lionel J. (2002): Megnyilvánuló komparatív előnyök és versenyképesség a magyar élelmiszer-gazdaságban, *Külgazdaság*, XLVI. évf., 9. szám, 46–58.

Hodossi Sándor – Dudás László – Kapitány József – Somogyi György (2012): Nagy értékű hungarikum: a fűszerpaprika, *Agrofórum*, 96–98.

Jámbor Attila (2011): Az agrárkereskedelem változása Magyarország és az Európai Unió között a csatlakozás után, *Közgazdasági Szemle*, LVIII. évf., 9. szám, 775–791.

Laczkó Tibor (2004): Családi gazdaságokból az Unióba, *Paprikafélék exportra*, Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 111–131.

Lakner Zoltán – Szabó Erzsébet – Hajdú Istvánné (2005): The 2004 paprika scandal: anatomy of a food safety problem, *Studies in Agricultural Economics (MTA)*, 67–82.

Liesner H. (1958): The European Common Market and British Industry, *Economic Journal*, Vol. 68 No. 270, 302–316.

Szenes Endréné (1996): Fűszerpaprika-őrlemény gyártása kisüzemben. Ételízesítők. Hidegen sajtolt olajok, *Integra-Projekt Kft.*, Budapest.

Internetes források

Agroline, agrárgazdák közössége, hivatalos honlapja (2012): <http://www.agroline.hu/hir/mi-lesz-veled-edesnemes> (Letöltve: 2012. február 20.)

Combinated Nomenclature, EUROSTAT (2011): http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM_DTL&StrNom=CN_2011&StrLanguageCode=EN&IntPcKey=26145374&StrLayoutCode=HIERARCHIC, (Letöltve: 2012. március 8.)

EUROSTAT-adatbázis külkereskedelmi adattáblái (2012): <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/newxtweb/setupdimselection.do#> (Letöltve: 2012. február 14.)

Kalocsai Fűszerpaprika Zrt. hivatalos honlapja (2012): <http://www.paprikart.hu/> (Letöltve: 2012. április 15.)

Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság, Jelentés a fűszerpaprika összehasonlító vizsgálatáról (2011): http://www.nfh.hu/data/cms41363/jelentes_teljes.pdf (Letöltve: 2012. április 12.)

Nestlé hivatalos honlapja (2012): <http://www.nestle.hu/media/press-releases/Pages/MagyarfuszertaprikatvasarolaNestle.aspx> (Letöltve: 2012. március 10.)

A tanulmány a szerző Fűszerpaprika mint hungarikum termékünk versenyképessége című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Török Áron

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2012. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján az Agrárközgazdasági szekcióban II. helyezést ért el.

Bischóf Bernadett

Létezhet legális zenefogyasztás Magyarországon?

A zene sosem látott mértékben áramlik be életünkbe: rádiókban, televíziós zenei csatornákon, online szolgáltatásokon keresztül, videómegosztó oldalakon, a közösségi média felületein. Illegális fogyasztása egyre jellemzőbbé válik Magyarországon. Tanulmányom legfőbb kérdése, hogy létezhet-e olyan üzleti modell, amely a legális fogyasztás irányába tereli a magyar fogyasztókat.

Ennek megválaszolására megvizsgáltam a globális zeneiparban létező üzleti modelleket, tanulmányoztam a magyar szabályozó szervezetek kiadványait, s a zeneipar képviselőivel készített mélyinterjúk alapján a legális fogyasztási lehetőségeket hasonlítottam a fogyasztói oldal elvárásaihoz – ahhoz, hogy mit szeretnének kapni a fogyasztók, miért választják az illegális utat – egy fókuszcsoporthoz tartozó interjú segítségével. Végül értékelem az iparágban legálisan felmerülő megoldásokat: a szolgáltatásba épített árak, megerősített törvényi szabályozás vagy más alternatív megoldás vezethet-e inkább legális magyar zenefogyasztáshoz?

Bevezetés

A zeneiparra ható technológiai változások, a digitalizáció átrendezte az iparági erőviszonyokat: a hagyományos érték-lánchban oligopol helyzetben lévő zenei kiadók szerepe csökkent, ahogyan a hangfelvételek, zenei anyagok készítése, illetve többszörözése (másolása, sokszorosítása, közzététele) szélesebb körben, sokak számára lehetővé vált. Új zenehallgatási formák jelentek meg, a fogyasztók körében egyre jobban elterjedt a fájlcsere-lő szolgáltatások használata, az illegális (a jogtulajdonos hozzájárulása nélkül történő) közzétételek és letöltések mindennapossá váltak.

Az iparág szereplői egyre kevesebb bevételt realizálnak, a bevételek globális szinten 19 százalékot estek 2007-ről 2011-re, 19,3 milliárd dollárról 16,2 milliárd dollárra (IFPI, 2012). Ezzel együtt a szerzői jogi kérdések is egyre többször merülnek fel, hiszen a kalózkodás sohasem látott méreteket ölt: az így szerzett tartalom (főként zene és szöveg) a világ internet-sáv-felhasználásának 24 százalékát teszi ki (Price, 2012). Különböző nemzetközi egyezmények (például az ACTA, Anti-Counterfeiting Trade Agreement, vagyis a Hamisítás elleni kereskedelmi megállapodás) és nemzeti törvények kerülnek a jogi szabályozói környezet figyelmébe, reális hatásuk és érvényesíthetőségük azonban csak a bevezetésüket követően lesz mérhető.

Meg lehet-e állítani az illegális letöltések számának növekedését, és átalakítható-e az ezzel kapcsolatos érdektelenségget tükröző fogyasztói attitűd, vagy csak egy, az eddigieknél jobb, egyszerűbb, teljesebb piaci alapon működő teret kell létrehozni a fogyasztók megnyerésére? A kérdést a szakirodalom tanulmányozása mellett mélyinterjúkat és fókuszcsoporthoz interjút készítve válaszoltam meg.

A digitális zene létrejötte és hatásai

A zene immaterializálódott, s bár fogyasztása eszközök-höz kötött, ma már alapvetően digitális formában lelhető fel. A korábbi fizikai hordozók értékesítéséből származó bevétel folyamatosan csökken, míg a teljes digitális albumok vásárlása és az egyetlen számot tartalmazó lemezek és kislemezek digitális értékesítése világszintű növekedésnek indult (IFPI, 2012).

Új trendként elindult több különböző streaming zenei szolgáltatás: itt olyan online módon sugárzott tartalomról van szó, amelyet a felhasználó nem birtokol, csak hozzáfér. Az internet segítségével különböző típusú (online vagy akár offline) hozzáférést biztosítanak nagyszámú, technikai értelemben vett jó minőségű zenéhez, akár mobil alkalmazásokon keresztül, legálisan. Ugyanakkor a korábbi legális fizikai eladásokat, amelyek főként a zenei kiadókon és lemezboltokon keresztül történtek, a digitális zene fokozatosan kiszorította, s ennek megjelenésével az illegális (a jogtulajdonos hozzájárulása nélkül történő) zenefogyasztás is burjánzásnak indult.

Szerzői jogi környezet a zeneiparban

Szerzői jogi értelemben a legális felhasználás addig tart, amíg a jogtulajdonos tette közzé az adott tartalmat, a másolatkészítés a saját felhasználásra korlátozódik, és ez önmagában nem sérti a jogosult személyhez fűződő vagy kereskedelmi érdekét (Guibault, 2002).

A fájlcsere (lehet akár egy e-mailben elküldött fájl) napjainkra megszokottá vált, az elérhető tartalmak köre bővült, a fájlcsereelő közösségek növekedtek. Majd újabb változás je-

lent meg a zenei feketepiac szerkezetében: a forgalom áttérőldött a klasszikus fájlcsereelőkről a különböző kizárólag legális platformokra, illetve illegálisan is használható felületekre (például a YouTube-ra, mp3 blogokra és fájlküldő szolgáltatásokra).

A jogi környezet és az ellenőrzés lehetőségei

A tartalompiaci és a technológiai változások negatívan hatnak az internetszolgáltatók működésére. A hálózatokon végbemelő innováció az ő oldalukon merül fel extra beruházási költségként, ez azonban számukra nem termel jövedelmet (Bodó, 2011). Az internetforgalom évi 25-30 százalékkal növekszik (Burstein, 2008), a felhasználók növekvő arányban használják ki a nekik értékesített sávszélességet, így a hozzáférés szolgáltatóinak kell infrastruktúrájukat folyamatosan bővíteni.

Az értékláncban jelenleg kizárólag az internetszolgáltató van abban a helyzetben, hogy a hálózat forgalmának ellenőrzésével véget vethessen a fájlcsere technikai lehetőségének. A jogtulajdonosok részéről azonban más szereplők (például internetszolgáltatók) szempontjából megkérdőjelezhető elvárás, hogy a fájlcsereelő hálózatokon zajló forgalmat a távközlési szolgáltató szűrje, korlátozza, tehát az illegális fogyasztás technikai lehetőségét megszüntesse. Az azonosításhoz és szűréshez minden csomagot meg kellene vizsgálni, ám a tartalmak kiszűrésének joga szigorúan szabályozott állami monopólium. (Bodó, 2011)

A jogi környezet tisztázására kiváló kísérlet a Franciaországban 2009 őszén beiktatott Hadopi-törvény (Dajkó, 2011), amelyben az internetszolgáltatókat arra kötelezik, hogy a jogosultak által gyűjtött adatok alapján, két figyelmeztetést követően, harmadjára függesszék fel a jogosultak által szerzői

jogsértéssel vádolt előfizető internet-hozzáférését. Az úgynevezett három csapás módszer hatásosságát sokan megkérdőjelezik, ugyanakkor a franciaországi törvény beiktatásának közzététele 22,5 százalékkal emelte az iTunes-on történő digitális zeneeladásokat, amely az egyik legismertebb legális letöltőoldal (Danaher et al., 2012).

Az Európai Parlament nem támogatja az állampolgárok internet-hozzáféréseinek korlátozását, így nehéz olyan nemzeti szabályokat hozni, amelyek életképesek az uniós jogharmonizációs kötelezettség mellett is. Ennek ellenére akadnak példák a francia modell követésére is: az ír távközlési szolgáltató Eircom például az Ír Hanglemez Szövetséggel kötött peren kívüli megegyezésben vállalta a francia modell működtetését (Bodó, 2011).

A magyarországi szerzői jogi környezet

2012 januárjában a magyar kormány módosította a szerzői jogi törvényt, s így a jelenleg működő hét közös jogkezelő szervezet mellett új közös jogkezelők is piacra léphetnek. A módosítás célja, hogy a szerzők, előadók és egyéb jogtulajdonosok több pénzt kapjanak, kérdés azonban, hogy erre valóban alkalmas-e az új jogszabály (Jandó, 2012).

A szerzői jogdíjak szétosztására vonatkozó új szabályozás közvetlenül nem befolyásolja a fogyasztói árakat, s nem azt célozza, hogy többen fizessenek a zenéért, hanem a szerzők és az előadók bevételeinek növelésére irányul oly módon, hogy az előadók és jogkezelők közötti értékláncbéli közvetítő szereplők (például zenei kiadók) jutnak kevesebb részesedéshez.

Az érdekcsoportoknak (szerzőknek, előadóművészeknek, tartalom-előállítóknak és szolgáltatóknak, a fogyasztóknak és a szabályozóknak) tehát meg kell találni azon piaci szerep-

lőket, amelyek úgynevezett kapuőrként (az internetforgalmat már a fogyasztóhoz való eljutás előtt szabályozóként) képesek lesznek a szerzői jogi szabályozás betartatásában közreműködni. Ez igényel egyrészt betartatható törvényi szabályozást, másrészt piaci elfogadottságot, vagyis hogy az adott szereplők (például a távközlési szolgáltatók) fel is vállalják ezt a szerepet.

A zeneipari üzleti modellek kapcsolata a fogyasztókkal

Az 1. táblázat napjaink globálisan működő, meghatározó zeneipari üzleti modelljeinek* jellemzőit és alternatíváit, valamint a fogyasztók fizetési módja alapján történő csoportosítását tartalmazza.

Egyre elterjedtebb az úgynevezett freemium üzleti modell, amelyben az ingyenes (reklámbevételi) változattal párhuzamosan működik egy teljes szolgáltatást nyújtó előfizetéses verzió is (Anderson, 2009). Ide sorolhatók olyan nemzetközi szinten sikeres zenei streaming szolgáltatások, mint a Spotify, a MOG és a Deezer. Ezeket egyre növekvő felhasználói bázis és iparági (el)ismertség jellemzi. Árazási politikájuk és a freemium üzleti modell közös jellemzőjük. Reklámbevételen alapuló és kétlépcsős előfizetői modellt ötvöznék, így az ingyenes szolgáltatás közben hirdetésekkel jelentetnek meg, míg a prémium (fizetős) szolgáltatásnál előfizetői díjat szednek.

* Az üzleti modell az a logika, ahogyan a vállalat értéket teremt a vevőnek (vevői értékajánlat) és bevételt generál (az üzleti modellekről lásd például Osterwalder, 2004).

1. táblázat. Napjaink globális zeneipari üzleti modelljeinek csoportosítása

		Előfizetési szolgáltatás	Ingénybevételekor fizetendő szolgáltatás	„Ingyenes” szolgáltatások
Létező modellek		Havi előfizetési szolgáltatás	Hagyományos számonkéri (pay-per-track) letöltő áruházak	Reklámbevételre alapuló modellek YouTube modell Kösségépítési modell*
	Külföldi	Rhapsody	iTunes	YouTube
Példák	Magyar	Muzia, ZeneCenter	Dalok.hu, Zenewebshop.hu, Songo	
Lehetséges alternatív modellek		Beépített árak**	Radiohead modell***	Freemium modell
Lehetséges alternatív modellekben felmerülő problémák		<ul style="list-style-type: none"> – közös letöltési platform kialakítása – fogyasztók fizetési hajlandósága – jogdíjak szétosztása 	<ul style="list-style-type: none"> – csak bizonyos ismertség után lehet sikeres – kihagyja az értékesítésből az értéklánc több szereplőjét (így az iparági hatás iránya nem egyértelmű) 	<ul style="list-style-type: none"> – a fizetős és ingyenes felhasználók kedvezőtlen aránya – lokális tartalom szükségé, ami a kisebb lakosságú országok esetében méreghasznosságú belépési korlátot jelent

* A közösségi média felületeit használó, valójában reklámbevételből működő zenei szolgáltatás.

** Az internetes szolgáltatás előfizetői díját növelve, a többletdíj fejében korlátlanul letölthető zeneszámok.

*** A Radiohead nevű együttes 2007-ben úgy töltötte fel In Rainbows című albumát, hogy azért a letöltő saját belátása szerint fizethetett (tehát akár ingyen is letölthette).

Forrás: saját készítésű táblázat

Magyarországon jelenleg két zenei streaming szolgáltatás működik, ám egyik sem a freemium, hanem egyszerű előfizetéses modellben. A ZeneCenter havi 305 forintos előfizetői díj ellenében kínálja hangulatok alapján választott lejátszási listák online hallgatását, mely letölthető mobiltelefon alkalmazás formájában is (ZeneCenter, 2012).

Ezzel szemben a Muzzia online streaming szolgáltatás mobil alkalmazásokkal, illetve offline módon is hallgatható 13 millió dalból álló katalógust kínál 1250 Ft-os havi előfizetői díj fejében (Muzzia, 2012). Tehát hasonló koncepcióra épülnek, mint a Spotify, Deezer vagy más nemzetközi online streaming szolgáltatás. A Muzzia elindulásával rögtön kritikák is érkeztek a sajtó és a felhasználók oldaláról, például a magyar előadók zeneszámai korlátozottan érhetők el (csak bizonyos előadók dalai hallgathatók meg), ami komolyan megkérdőjelezi az oldal fenntartható működését (Rónai, 2012).

A felvetődő kérdés az, vajon lehet-e alkalmazni a nemzetközileg sikeres freemium modellt a magyar piacon úgy, hogy közben nincs rajta elegendő helyi tartalom. Fizetne-e elegendő fogyasztó a minőségi szolgáltatásért? Erre a fogyasztói oldal vizsgálatával kerestem választ.

Zenefogyasztói attitűd Magyarországon

A fogyasztók zenefogyasztáshoz való viszonyulását 18–26 éves egyetemistákból álló fókuszcsoporthal készített interjú segítségével vizsgáltam. A kutatás alanyai jelenleg nem tartoznak a fizetőképes keresletet képviselők és az általában legálisan zenét fogyasztók csoportjába, de rendelkeznek a ze-

nehallgatást támogató elektronikus eszközökkel (mp3 vagy mp4-lejátszó, iPod, okostelefon), ugyanakkor ez a korosztály jelentheti majd a jövő fizetőképes keresletbázisát. Egyértelmű, hogy az általam vizsgált 6 fős csoport nem ad reprezentatív mintát a lakosság fogyasztásának vizsgálatához, de a jövő fizetőképes korosztályának attitűdjére és vélekedésére rálátást ad.

A 18–26 éves, a zenét befogadó, de aktívan nem kereső magyar fogyasztói szegmens fejében – fókuszcsoportos interjúm alapján – az iparágról valótlan kép él. A korábban említett streaming zenei szolgáltatásokat kevesen ismerik Magyarországon (bár a Muzzia még új szereplő a piacon, így alacsony ismertségét ez is magyarázza). A fennálló információhiány következtében nincsenek tisztában a jövedelmezőségi viszonyokkal, egy általában nyereséges, jövedelmező iparágnak tartják a zeneipart.

Chris Anderson (2009) *Ingyen!* című könyvében is rámutat: a fogyasztók nem szeretnék olyan dologért fizetni, amelyet eddig ingyen is megkaptak. Valóban: a fókuszcsoportos interjú alapján a nemzetközi piac szolgáltatásai az alacsony fizetési hajlandóság, valamint a helyi tartalom hiánya miatt nem lennének sikeresek a 18–26 éves magyar egyetemisták körében. A vizsgált célcsoport jelenlegi alacsony fizetési hajlandósága a jövedelem növekedésével párhuzamosan várhatóan növekedni fog, ez azonban messze nem az egyetlen szempont: a lokális tartalom, a fizetési mód, a hitelesség mind fontos döntési tényezők számukra.

Lehetséges fejlődési irányok és üzleti modellek a hazai zenei piacon

A zeneipari szakemberekkel történő beszélgetések és a vonatkozó szakirodalom alapján három fejlődési irányt (scenáriót) tartok elképzelhetőnek a mai magyar zenepiacon. Ezeket tekintem át és értékelem a következőkben.

1. scenárió: Szolgáltatásba épített jogdíjak

A legális zeneletöltés árának a mobil-, illetve az internetes szolgáltatások előfizetői díjába építése, ebből egy meghatározott jogdíjhányad juttatása a tartalomtulajdonosoknak.

A fogyasztók fizetési hajlandósága merülhet fel problémaként, valamint hogy azok is fizetnének-e, akik nem vagy mennyiségileg kevesebbet töltenek le. További bonyolító tényező a beszedett jogdíjak szétosztásának módja. Problémát jelenthet még a fizetés „igazságosságának” kérdése: többet fizetnének-e (és ha igen, mennyivel), azok a fogyasztók, akik intenzíven töltenek le zenét, mint azok, akik nem vagy keveset használják ezt a lehetőséget. Újabb fogyasztói feltétele – alacsony többletdíj mellett – egy közös adatbázis létrehozása és hozzáférés az ebben található, jó minőségű tartalmakhoz. Tehát egy közös letöltési felület létrehozását is igényelné a tartalomtulajdonosok és -szolgáltatók részéről, ez pedig komoly érdekellentéteket jelent.

2. scenárió: A fogyasztók ösztönzése a letöltésen kívüli fizetésre

Az elképzelés alapja, hogy a tartalmakat akár ingyen adjuk a fogyasztóknak. Aki akarja és megteheti, közvetlenül fizet

érte, aki viszont nem szeretne, őt más módon bírjuk fizető fogyasztásra: koncertek látogatásával, merchandise termékekkel, például az előadó márkáját megjelenítő ajándéktárgyakkal (interjú Bérczes Ádámmal, 2012).

Ez tulajdonképpen már most is létezik, az úgynevezett 360°-os szerződések keretében, ahol a lemezkiadók nem csak a lemezeladások után, hanem a zenészek minden bevételéből részesülnek (McDonald, 2012). A lemezeladáson felüli bevétel legtöbbször a koncertbevételekből, merchandise eladásokból, reklámarcként történő fellépésekért befolyt jövedelemből tevődik össze.

Ehhez a merchandise tevékenységet kellene növelni a koncertek és a fesztiválok hangsúlyozásával, ami viszont a komoly alkuerővel rendelkező kiadók érdekeibe ütközne (hiszen a számonkénti vagy albumonkénti eladásból ők realizálják a legtöbb bevételt). Bár ők is szerződnek sztárokkal 360°-os szerződések keretében, de többnyire nem magyar sztárzenekarokkal vagy előadókkal, hanem külföldiekkel. Ez viszont fontos a helyi fogyasztók számára 2012-ben. Ez egy generációváltással módosulhat, tehát hosszú távon lehet jövedelmező megoldás, de a mai magyar piacon nem az (interjú Gál Róberttel, 2012).

3. scenárió: A törvényi szabályozás megerősítése

A szerzői jogi környezet megerősítése, a szellemi tulajdonra vonatkozó törvények betartatása révén, az illegális letöltések visszaszorítása a fogyasztók elrettentésével. Ennek megvalósítási módja lehet a „fokozatos válasz” törvényi bevezetése Magyarországon, a francia Hadopi-törvény mintájára. A módszert Franciaország mellett Tajvanban, Dél-Koreában, Új-Zélandon és az Egyesült Királyságban is bevezették már.

A magyarországi bevezethetőség tekintetében Tóth Péter Benjámin, az Artisjus (Magyar Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület) kommunikációs igazgatója vélekedése e megoldásról: „...a törvény a végső formájában minden alkotmányossági aggályt eloszlatott, így (1) a jogsértők személyes adatai még büntetőeljárással sem juthatnak a szerzői jogosultak tudomására és (2) az internetkapcsolat korlátozásáról vagy megszüntetéséről csak bíróság dönthet.” (Dajkó, 2011)

A „fokozatos válasz” módszer kettős célja az online kalózkodás csökkentése és a legális eladások növelése a fogyasztók legalitásra nevelésével (Sookman és Glover, 2010). Magyarországi alkalmazása az internetszolgáltatók és a fogyasztók hozzáállása miatt kérdéses, a törvény elfogadtatása erősebb korlátokba ütközhet a „hazai illegális letöltési kultúra” következtében.

Következtetések

A tanulmány egyik következtetése, hogy a legális és az illegális fogyasztás különbsége nem csak az ingyenesség, hanem több tényező együtthatója. Ahhoz, hogy a magyar fogyasztók a legális szolgáltatást vegyék igénybe, véleményem szerint három dologra van szükség.

Egyrészt olyan teljes, könnyen elérhető és kezelhető platformra, amely legalább a fájlcsere hálózatok által kínált funkciókat tartalmazza, de rendszerezettebb is egyben. Másrészt elrettentő erejű szabályozásra. Meg kell találni a kapuőrként jól működő piaci szereplőket, amelyek képesek a szerzői jogi szabályozás betartatásában közreműködni. Erre jelenleg

az internetszolgáltatók a legalkalmasabbak. A fokozatos választás törvényi bevezetése és az ellenőrző infrastruktúra kiépítése lenne a következő lépés.

Harmadrészt, bármilyen mértékű díjat is szabnak a szolgáltatók, megbízható és elérhető áru helyi tartalmat is nyújtaniuk kell. Mivel a magyar fogyasztók fizetési hajlandóságának növelése érdekében, hogy a zenéért ne kelljen külön platformon fizetni, a zenei szolgáltatás árát érdemes lenne beépíteni az internetszolgáltatás díjába. Így az internet szolgáltatóinak ellenőrzése és jogi védelmi szerepe is megvalósítható, a díjbeszedési és ellenőrzési folyamatok egy csatornára terelhetők.

Felhasznált források

Anderson, Chris (2009): *Ingyen! A radikális árképzés jövője*. HVG Kiadói Zrt.

Bodó Balázs (2011): *A szerzői jog kalózzai. A kalózkodás szerepe a kulturális termelés és csere folyamataiban a könyvnyomtatástól a fájlcsereelő hálózatokig*. Typotex Kiadó.

Guibault, Lucie M. C. R. (2002): *Copyright limitations and contracts: An analysis of the contractual overrideability of limitations on copyright*. Kluwer Law International, Rijnsland in Leiden.

Jandó Zoltán (2012): *Versenyezhethetnek a szerzőkért*, Világgazdaság, 44. évf., 48. sz., 3.

Nemeslaki András – Duma László – Szántai Tamás (2004): *e-Business üzleti modellek*. Adecom Kiadó.

Osterwalder, Alex (2004): *The Business Model Ontology – A Proposition in a Design Science Approach*. PhD thesis, University of Lausanne.

Pájer Donát (2010): *A zeneipar halott. Vagy mégsem?* Szakdolgozat. BCE.

Internetes források

A Muzzia honlapja (2012): http://www.muzzia.com/servlets/2452328105705Dispatch/36/jspforward?file=%2Findex_jsp#/?page=frontpage&genre=Pop/Rock (Letöltve: 2012. március 25.)

A ZeneCenter honlapja (2012): <http://www.zenecenter.hu/> (Letöltve: 2012.március 21.)

Burstein, Dave (2008): Bandwidth Demand, AT&T 2008. DSL Prime. Forrás: <http://www.dslprime.com/internetandtelevision/77-t/360-bandwidth-demand-atat-2008> (Letöltve: 2012. március 12.)

Dajkó Pál (2011): A francia HADOPI-törvény eddigi alkalmazásának tapasztalatai. Forrás: http://itcafe.hu/hir/hadopi_franciaorszag_kalozkodas.html (Letöltve: 2012. február 27.)

Danaher, Brett – Smith, Michael D. – Telang, Rahul – Chen, Siwen (2012): The Effect of Graduated Response Anti-Piracy Laws on Music Sales: Evidence from an Event Study in France. Forrás: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1989240 (Letöltve: 2012. március 15.)

IFPI (2012): Digital Music Report. Forrás: <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2012.pdf> (Letöltve: 2012. március 10.)

McDonald, Heather (2012): 360 Deals. Forrás: <http://musicians.about.com/od/ah/g/360deals.htm> (Letöltve: 2012. március 20.)

Price, David (2012): The State of Digital Piracy. Forrás: http://www.teamlightbulb.com/Broadband/Price_Evisional.pdf (Letöltve: 2012. július 27.)

RIAA (2010): Year-end Shipment Statistics. Forrás: <http://76.74.24.142/548C3F4C-6B6D-F702-384C-D25E2AB93610.pdf> (Letöltve: 2012. február 15.)

Rónai András (2012): Nem ez öli meg a CD-t. A Muzzia tesztje. Forrás: <http://quart.hu/cikk.php?id=7212> (Letöltve: 2012. március 25.)

Sookman, Barry – Glover, Dan (2010): Graduated response and copyright: an idea that is right for the times. Forrás: <http://www.barrysookman.com/2010/01/20/graduated-response-and-copyright-an-idea-that-is-right-for-the-times/> (Letöltve: 2012. július 18.)

Interjúk

Bérczes Ádám tulajdonos igazgató, CLS Music Hungary Kft. Budapest, 2012. március 13.

Gál Róbert ügyvezető igazgató, Médiapark Zrt. Budapest, 2012. március 8.

A tanulmány a szerző azonos című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Urbán Ágnes

A dolgozat a BCE Közgáz Campus 2012. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján az E-business szekcióban III. helyezést ért el.

Jentetics Kinga

A zene és az országimázs kapcsolata – Magyarország példáján keresztül

A klasszikus és a könnyűzenei műfajok egyedi azonosítói egy országnak, amelyek akár nemzeti himnuszok vagy ikonikus popalakok formájában is megmutatkozhatnak. A tanulmányban az országimázs-formáló erők közül a könnyűzenei műfajokra helyezem a hangsúlyt, hiszen a könnyűzene erőteljes asszociációkat képes szülni: például a Beatles ritmusai az Egyesült Királyság popkultúráját tárják elénk, míg az ABBA hallatán Svédország jut eszünkbe.

De miként mutatkozik meg a zenei országimázs Magyarország esetében? A tanulmány során bemutatom a kreatív országmárkázás kulturális alapú megközelítését, amelyre támaszkodva elkészítettem a zenei országimázs modelljét. Mindezt Magyarország példáján keresztül értelmezem és alkalmazom, végül pedig a zenei országmárkázás javítására teszek javaslatokat.

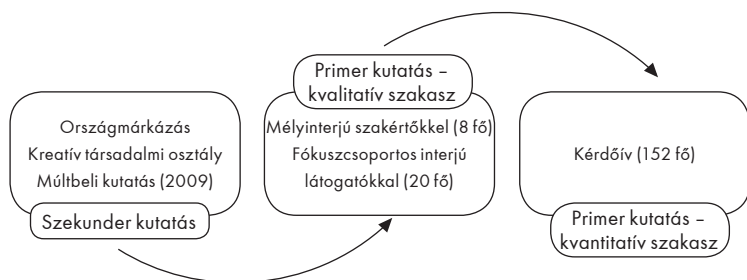
Bevezetés

A zene az országok identitásában fontos szerepet tölt be: a himnuszok révén a nemzeti öntudat ébred fel, míg a külföldiek számára a zenei taktusok árulkodók: tipikus szimbólumjegyek, az ott élő emberek, röviden, maga az ország tárul képzeletük elé. A műfaji eltérések kiemelten a világzene területén országspecifikusak, míg a popzene újabb és újabb hibrid zenei műfajokat szül napjainkban egyedi azonosítót képezve egy ország számára (például „indie” műfaj az Egyesült Királyságban). Ezeket az egyedi műfajokat Magyarországnál zenei hungarikumnak neveztem el.

A zenei országimázs mélyreható vizsgálata még feltáratlan terület, így tanulmányom célja, hogy a zenei országmárkázás egy gyakorlatban is alkalmazható modelljét tárjam az olvasó elé. Ehhez bemutatom az alapfogalmakat (országimázs, kreatív osztály és kultúrdiplomácia), majd pedig öt zenei kommunikációs platformot azonosítok. Primer kutatásom alapján vizsgálom a magyar zenei országimázst.

Mindehhez háromlépcsős kutatási módszertant alkalmaztam (lásd 1. ábra): szekunder kutatással elemeztem az országimázs és kreatív osztály szakirodalmát; primer kutatásomban kvalitatív technikákat alkalmaztam; valamint angol nyelvű online kérdőíves felmérést végeztem. Az eredményeket egy általános érvényű és egy Magyarország-specifikus zenei országimázsmodellben rendszerezem, s néhány javaslatot teszek, miképpen lehet kialakítani a modern kreatív országképet hagyománytisztelő és egyben innovatív módon a jövőben.

1. ábra. A kutatás módszertana



Forrás: saját ábra

Alapfogalmak meghatározása

„Az országimázs különböző hitek, ideák, benyomások összessége, melyet az emberek egy országról magukban hordoznak.” (Kotler et al., 1993, 141.) Elkülöníthető a belső identitás és a külső imázs: az előbbi az adott ország lakóinak véleményét foglalja magában, míg az utóbbi a többi ország gondolatait foglalja össze.

Tanulmányomban az országmárkázás stratégiai megközelítését alkalmazom, amelyet Anholt (2007) értelmezésében a helymárkázásra is kiterjeszték: eszerint a helymárkázás nemzetek, régiók, de akár városok márkázási folyamatát foglalja magába. Kau (2006) meglátását alkalmazom, miszerint a helymárkázás összekapcsolja a köz- és magánszféra működését.

Mindazonáltal a kulturális iparág modelljében (Söndermann, 2007) mind a kormányzat, mind a nonprofit szervezetek, mind pedig a piaci alapon működő cégek szerepvállalása azonos mértékben történik. Így fontos területet képez

a kultúrdiplomácia, amelynek célja, hogy kulturális termékek révén nemzetközi kapcsolatokat és reputációt építsen az adott országról (Kultúrdiplomácia, 2012). A zene kiemelt példája a kultúrdiplomácia sikeres alkalmazásának, amelyet Dizzy Gillespie* hidegháborúk idején alkalmazott magatartása is tanúsít – dzsesszművészetével csillapította a nemzetközi feszültséget a civil emberek életében (Leonard, 2002).

A kreatív társadalmi osztály fogalmát Florida (2002) vezette be. Ez egy gyorsan növekvő, magasan képzett és jól fizetett szegmense a munkaerőpiacnak, tagjai képesek elősegíteni a gazdasági fejlődést. Ide tartoznak a zenészek s egyéb kreatív és kulturális iparági véleményformáló szereplők, akiknek az összetartása elősegítheti a zenei alapú országmarkázást.

A zene és az országimázs kapcsolata

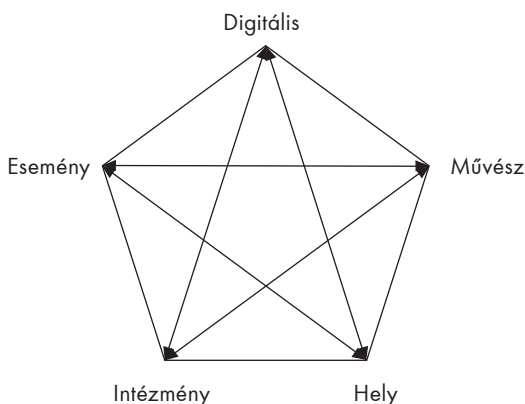
Az országimázsban a zene mint az identitás egyik fő tényezője jelenik meg: erősíti a nemzeti öntudatot és önazonosulást, valamint a nemzetközi kommunikációban a zenei elemek közérthetősége játszik szerepet. A különböző marketingkommunikációs platformok azonosítása után egy rendszerező modellt alakítottam ki Rein és Shields (2007) sportmarketingben alkalmazott modelljének az újragondolásával. Így öt dimenziót találtam (lásd 2. ábra), amelyeket a továbbiakban ismertetek.

Az *esemény platform* elemei a zenei fesztiválok és konferenciák. A fesztiválok Európában kiemelt jelentőséggel bírnak az európai polgárság kifejezése miatt (Trbovic, 2011). Nemcsak az ország nemzeti identitását erősítik ezek az események, ha-

* Amerikai dzsesszzenész, 1917–1993.

nem a külső imázst is alakítják nemzetközi jelentőségű rendezvényekkel. A szakmai események iparágbeli változások és tapasztalatok megosztására alkalmasak, valamint céljuk egy hatékony szakmai hálózat kialakítása.

2. ábra. Zenei platformok az országmarkázásban



Forrás: saját ábra

Az *intézményi platform* két megközelítés szerint értelmezhető véleményem szerint: a felülről lefelé megközelítés az állami intézmények, míg az alulról felfelé történő felfogás szerint a szakmai szövetségek és szerveződések támogatják szervezeti háttérrel a zenei országimázst. Zenei exportintézmények, helyi zenei szerveződések és maga a helyi média azok a felületek, ahol egy támogató intézményi légkör képes megalakulni.

A *zenész platform* fő eleme a zenészek imázsa és személyisége, amely kialakítja vagy akár kiegészítheti az országok zenei identitását az összeegyeztethetőség függvényében. A zenész lehet egyéni előadó, de együttes is, mint az említett Beatles vagy ABBA.

A *hely platform* magába foglalja mindazokat a kreatív országokat és városokat, amelyekbe a kreatív társadalmi osztály képviselői, így a zenészek is tömörülnek. Az országok azonban eltérő mértékben számítanak kreatívnak. Florida (2011) szerint Szingapúr kiemelkedő kreatív országstratégiájával, mivel kedvező gazdaságpolitikai intézkedései számos zenei és filmipari céget és külföldi tőkét vonzott az államba.

A *digitális platform* az a felület, ahol a technológia és a művészet találkozik valódi bevonódást biztosítva a közösség számára. Itt a zene közösségi szerepe jelenik meg, hiszen a különböző közösségi oldalakon a zenei fájlok megosztása a legnépszerűbb.

A kutatási eredményei

A következőkben röviden ismertetem primer kutatásom legfontosabb eredményeit és következtetéseit magyarországi vonatkozással. Először a különböző kutatási módszerekkel nyert főbb eredményeket emelem ki, majd az Anholt-hexagon alapján rendszereztem Magyarország zenei országimázsát egy általam felépített modellben.

A mélyinterjúk tapasztalatai

Nyolc szakmabelivel készítettem interjúkat, s az azok során megjelenő vélemények főbb elemeit emelem ki a továbbiakban. Felvetődött a kreatív turista fogalma, amely „jelenleg a turisztikai célcsoportok között stratégiaileg nem szerepel annak ellenére, hogy erőteljes paradigmaváltás figyelhető meg a turizmus esetében” (Újfalusi, 2012).

A magyar kultúrdiplomáciát egy hiányzó elemként értékelik, amelyre azonban „több energiát lenne célszerű fektetni leginkább a zene és az irodalom terén” (Weyer, 2012). A magyar zenei oktatás számos sebből vérzik, amelynek eredményeképpen a „magyar zenei export is gyerekcipőben jár” (Bátorfy, 2012). Zenei hungarikumként a gypsy, világ- és népzene műfajai jelentek meg a rockabilly és operett-turizmus mellett (Lepés, 2012), illetve azok a „tranzit műfajok, melyek egyfajta hidat képeznek a tradicionális és modern zenei hangzások között” (Weyer, 2012).

A zenei fesztiválok kiemelkedő szerepe Magyarországon tagadhatatlan: a fesztiválkultúra mind belsőleg, mind pedig külsőleg alakítja az országról alkotott képet, kifejezetten a Sziget fesztiválnál, amely „jelenleg Magyarország egyetlen showcase-e*” (Berta, 2012). Összegzésként elmondható, hogy a magyar zenei szakemberek negatív képet festenek a magyar kultúrdiplomáciáról és turizmusról, amelyekben azonban komoly potenciált látnak.

A fókuszcsoportos interjúk tapasztalatai

Két magyar és egy nemzetközi összetételű csoportot kérdeztem meg összesen 20 fő bevonásával a zene és az országimázs kapcsolatáról. Zenei spontán említések azon országok esetében érkeztek, ahol a kultúrdiplomácia mélyebb gyökereket vert (Egyesült Királyság, Egyesült Államok, Svédország), míg Magyarországnál Budapest kreatív városképe volt erőteljes. A megkérdezettek a romkocsmákat és fürdőket említették a pezsgő éjszakai élet mellett. Magyarországgal kapcsolato-

* Showcase: az angolszász eredetű szó magyar fordításban bemutatkozási lehetőséget jelent, amely a szövegben a zenei műfajok és tehetségek, valamint a zeneipar bemutatkozási lehetőségét jelenti.

san azonban nem volt megfigyelhető erős kapcsolat a zenei motívumok és a megítélés között, melyet aktív kultúr-diplomáciai jelenléttel javítani lehet.

A kérdőíves felmérés eredményei

Az angol nyelvű online kérdőív során 152 megkérdezettet értem el, melyben 89 fő magyar származású volt. A kérdőívben az általános zenehallgatási szokásokon túlmenően a zene és ország asszociációkat vizsgáltam kreatív technikák segítségével, valamint a fesztivállátogatás témakörét is elemeztem. A kérdőív során Likert- és szemantikus differenciálskálákat alkalmaztam, hogy a magyar zenei országimázst feltérképezzem.

A kérdőív fő eredménye, hogy a *zene és az országok közötti kapcsolat erősnek bizonyult*. Ezt kreatív technikával mértem: popzenészekről készült képeket és különböző országokat kellett a megkérdezetteknek csoportosítani az eredetük szerint.

„Elkötelezett” és „semleges” csoportokat elkülönítettem fogyasztási szokásaik alapján, s számos különbséget véltem felfedezni válaszaikban. Variánciananalízis és kereszttábla-elemzések eredményei alapján kijelenthető, hogy az „elkötelezett” zenei csoport nemcsak több zenét hallgat, de többet is jár fesztiválra. A fesztivállátogatók körében a fesztiválok turisztikai jelentősége szignifikánsan erőteljesebb volt (lásd 3. ábra, 2. állítás) – az ANOVA 0,05 alatti szignifikáns eredményt mutat, míg a Levene statisztikát 0,05 feletti értékkel elvethetjük.

Emellett *erőteljes nemzeti identitás* is megmutatkozott, hiszen a kérdőív alapján a magyarok körében egyrészt a kormány szerepét fontosabbnak tekintik a kulturális termékek támogatásában és annak oktatásában (3. és 5. állítás). Ez a kultúr-

diplomácia stratégiai alkalmazásával elérhető lenne (például reform a zenei oktatás terén). Közvetlen kapcsolat figyelhető meg az országimázs és a zene között mind a külföldi, mind pedig a magyar megkérdezettek esetében. (1. állítás)

3. ábra. ANOVA szignifikanciaszintek fesztivállátogatás gyakorisága és származás szerint

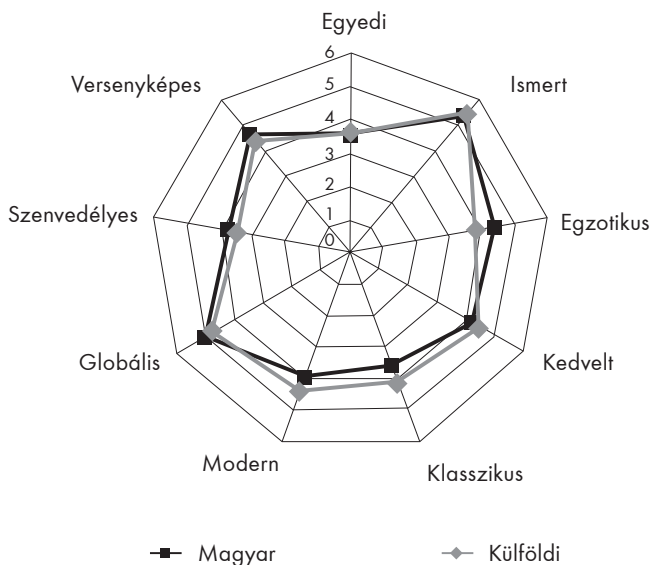
Állítás	Fesztivállátogatás gyakorisága szerint		Származás szerint	
	ANOVA	Levene	ANOVA	Levene
1. A zene befolyásolja az országokról alkotott képet a fejemben.	0,012	0,459	-	-
2. Zenei fesztiválok kiváló turisztikai attrakciók.	0,000	0,963	0,001	0,648
3. A kormányzati politikának támogatnia kellene a zenei eseményeket.	0,002	0,273	0,011	0,950
4. A magyar zene leginkább klasszikus.	-	-	0,003	0,430
5. Az embereknek tanulniuk kell zenét.	0,021	0,456	0,004	0,742

Forrás: saját ábra

A magyar zene értékelésénél, amelyet szemantikus differenciálskálán mértem (eredményeihez lásd 4. ábra), a magyarok magabiztosabb képet festettek le a magasabb átlagú válaszaik révén. A külföldiek eredményein az információhiány, illetve a patrióta érzelmek is torzíthatnak. Szembetűnő különbség, hogy a magyarok jobb szeretik a klasszikus jelzővel illetni

a magyar zenét. A külföldiek véleménye szerint a magyar zene cigány muzsikával azonosítható, mely a skála másik pólusát képezte a klasszikus zenével szemben.

4. ábra. A magyar zene megítélése a kérdőíves felmérés eredményei alapján (N=152)



Forrás: saját ábra

Magyarország zenei országimázsa

A zenei országimázs az Anholt-hexagon alapján megmutatkozik a zenei platformok beékelésével. Az Anholt-hexagon hat dimenziót ölel fel, amelyek elemei az országimázs területei: kormányzat, befektetések és immigráció, emberek, kultúra és export. (Anholt, 2007) Az általam felállított modellt az 5.

ábrában foglaltam össze. A következőkben röviden ismertetem az ábra lényegét, annak újíto erejét.

A *kormányzati dimenzióba* a zenei közoktatást és zenei infrastruktúrát építtem be a modellbe a mélyinterjúk alapján. Az interjúalanyok véleménye szerint a zenei képzés magas színvonalú (például Liszt Ferenc Zeneakadémia), a zenei menedzsment képzése azonban Magyarországon még lemarad a nyugat-európai államokétól. A jelenlegi kultúrdiplomáciából teljes mértékben hiányzik a zenei fókusz a mélyinterjúk tapasztalatai alapján: nem létezik zenei exportiroda vagy egy nemzetközileg elismert magyar zenei intézet.

Az alulról építkező szervezetek száma gyarapodott az elmúlt évben: megjelent például az Org4Org* a magyar zene régiós érdekeinek képviselőért. Weyer (2012) szerint azonban a kultúrdiplomácia kiemelten a zene és az irodalom területén rejt potenciált, amely egy regionális szintű intézményrendszer-franchise-ként is megvalósulhatna például a Művészetek Palotája közreműködésében.

Külföldi tőkebefektetések szempontjából a kreatív osztály fontos célcsoportot képezhet. A zeneiparban terjedő üzleti modell alapja a mecenatúra – üzleti befektetők támogatnak művészeket. Magyarországon véleményem szerint a befektetői légkör és vállalkozói szellem még nem kiforrott, ez azonban folyamatos átalakulásban van. Az *immigráció* oldalról a kreatív országmárkázás kiemelt, mint Szingapúr esete is bizonyítja, ahol a tudás alapú országmárkázás stratégiai fontosságúvá vált. Magyarország kiemelkedő minőségű humán tőkével rendelkezik a régióban (Egedy–Kovács, 2010) – a versenyképesség a kreatív réteg foglalkoztatásával fokozható.

* Az [Org4Org]legyesület a közép-európai kulturális együttműködést kívánja elősegíteni kulturális kapcsolatok mélyítésével (forrás: www.Org4Org.eu).

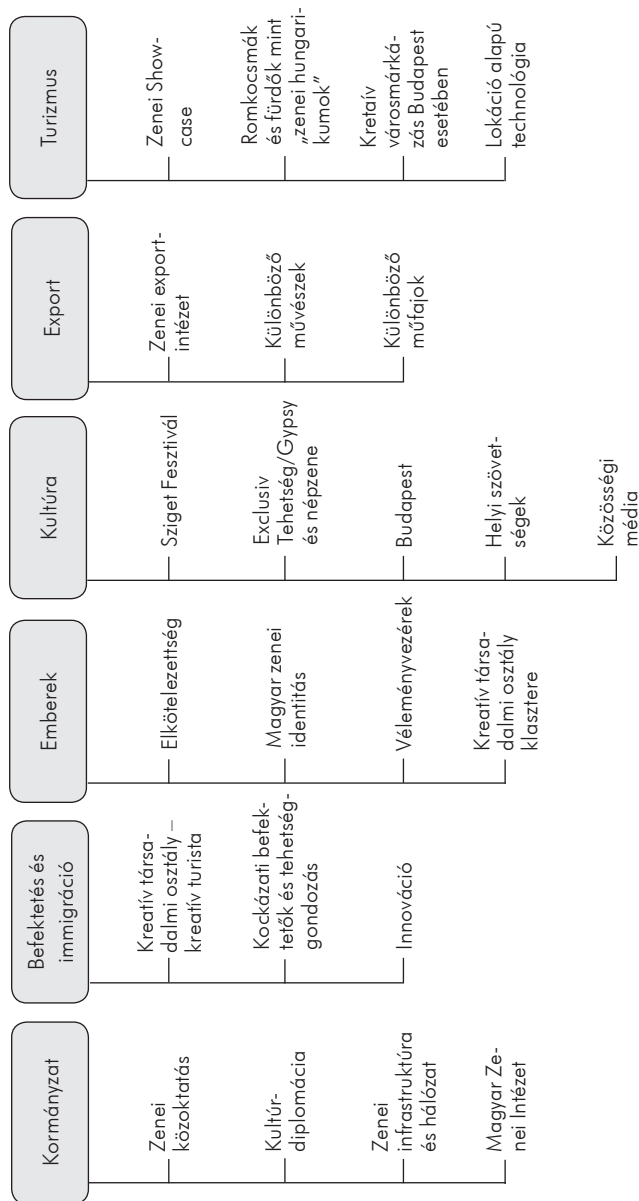
Az *emberek* dimenzióban a populáris zenetörténeti oktatás fontossága kiemelendő erősítve a magyar zenei identitás kialakulását. A primer kutatás eredményei azt mutatják, hogy már nemcsak a klasszikus, hanem könnyedebb műfajok is megjelennek az identitás részeként: cigány-, világ- és népzene vagy rockabilly, dzsessz és operett. Emellett az egyes átmeneti műfajok, műfaji ötvözetek azok, amelyek a magyar zenei különlegességet, az identitás alapját is képezhetik.

A *kultúra dimenzió* a már említett zenei platformok mentén értékelhető. Az esemény platform a Sziget Fesztivál mint egyedüli magyar zenei showcase javítja az ország nemzetközi megítélését. Söndermann (2007) modelljével ellentétben azonban a Sziget az állami támogatást nem élvezi annak ellenére, hogy 2012-ben a legjobb európai fesztiválnak (Festival Awards, 2012) választották.

Az *intézményi platform* Magyarország esetében a közmédiumok átstrukturálására és a zenei szakma szervezeti összefogására mutat rá. A *művész dimenzió* a magyar identitást tükröző tehetségek és zenei műfajok azonosításában rejlik, melyhez tehetséggondozás szükséges. A *hely* platform a kreatív városmárkázás és Budapest kulturális szerepét emeli ki. Budapestet nemzetközi viszonylatban alacsony bérek jellemzik a képzett munkaerő mellett, jó földrajzi elhelyezkedés és sokrétű szórakozási lehetőség adódik. Számos lokáció alapú technológia (például közösségi zenebár) támogathatja a városmarketing kreatív oldalát, amely már a *digitális platform* irányába mutat.

Olyan *magyar zenei exportintézmény* működtetése szükséges, amely széles körű kapcsolati hálójával szaktudása birtokában képes a magyar zenét piacra vinni – zenei hungarikumok révén megvalósítható ez a törekvés. Primer kutatásom eredményeként azonosítottam néhány ilyen elemet: például

5. ábra. Magyarország zenei országimázsa



Forrás: saját ábra

a Sziget fesztivál, a romkocsmák és fürdők is formálják a kreatív országképet. A stratégiai megfontolás esetében a zenei országmarkázás a három érintett csoport (állam, piaci szereplők, nonprofit szektor) együttműködése révén működőképes.

Következtetések és javaslatok

Tanulmányomban betekintést nyújtottam az országimázs egy új értelmezésébe, amely annak kreatív aspektusát vizsgálta. Eredményeim szerint van szignifikáns kapcsolat egy ország zenei és általános megítélése között, s a zene befolyásolja az országokról alkotott képet öt zenei platformon keresztül. Magyarországnál kiemeltem a kreatív városmarkázás fontosságát, a kultúrdiplomácia és zenei oktatás jövőbeli innovációját, valamint különböző zenei hugarikumokat azonosítottam, mint például a Sziget fesztivál, tranzit műfajok és lokális helyszínek (bárok és romkocsmák).

A zenei országimázs fejlesztésére számos eszköz alkalmazható, amelyek közül a zenei közoktatási reformot emelem ki: popzenei kultúra tanítása és megfelelő infrastruktúra kialakítása (hangszerek biztosítása és oktatása általános iskolában) elengedhetetlen a zenei kultúra további fejlődéséhez. Így a magyar zenei identitás és kulturális nyitottság erősödhet, amely egy támogató kultúrdiplomáciai stratégiával további eredményeket érhet el. Kultúrdiplomácia révén zenei intézményhálózat-rendszer, exportintézmények alakulhatnak meg, a nemzetközi zenei események turisztikai látványosságnak tekinthetők, s a zenei tehetséggondozás is fejlődik. Mindehhez a három érintett szereplő (kormányzat, üzleti és nonprofit szektor) azonos mértékű involváltsága szükséges, ahol a zenei országmarkázás közös cél.

Felhasznált források

Anholt, S. (2007): *Competitive identity*, Palgrave Macmillan, New York.

Egedy Tamás – Kovács Zoltán (2009): The Capacity and Potentials of Budapest to attract creative economy. *Hungarian Geographical Bulletin*, Vol. 58 No. 4, 281–294.

Florida, R. (2002): *The Rise of Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.

Florida, R. (2011): The World's Leading Creative Class Countries. Elérhető interneten: <http://www.theatlanticcities.com/jobs-and-economy/2011/10/worlds-leading-creative-class-countries/228/#slide1>. (Letöltve: 2012. március 12.)

Kau, E. (2006): Regional Branding: A Relationship of Public and Private Sectors. *UW-L Journal of Undergraduate Research IX* (2006): <http://www.growourregion.ca/images/file/Branding/kau.pdf>. (Letöltve: 2012. március 20.)

Kotler, P. – Haider, D. H. – Rein, I. (1993): *Marketing Places*, New York: Free Press.

Leonard, M. – Stead, C. – Smewing, C. (2002) : *Public Diplomacy*. London: Foreign Policy Centre.

Porter, M. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

Rein, I. – Shields, B. (2007): Place branding sports: Strategies for differentiating emerging, transitional, negatively viewed and newly industrialised nations, *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 3 No. 1, 73–85. (Palgrave Macmillan)

Sándor Imre (1997): *A marketingkommunikáció kézikönyve*, Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, Marketing Tanszék, Marketingkommunikáció Alapítvány – Modern Üzleti Tudományok Főiskolája, Tatabánya.

Söndermann, M. (2007): Europäische Kultur- und Kreativwirtschaft im globalen Kontext: www.kulturwirtschaft.de. (Letöltve: 2012. március 15.)

Trbovic, A. (2011): What is so appealing in arts and culture? The 2011 International Conference on Cultural Diplomacy in the EU „Crisis, Conflict, and Culture: The Role of Cultural Diplomacy in the European Project “ (Brussels, December 6th – 9th, 2011): <http://www.culturaldiplomacy.org/culturaldiplomacynews/participant-papers/2011-12-cdeu/What-is-so-appealing-in-arts-and-culture-Asja-Trbovic.pdf>. (Letöltve: 2012. március 10.)

Zenker, S. – Martin, N. (2011): Measuring success in place marketing and branding, 2011 Macmillan Publishers Ltd. 1751-8040 Place Branding and Public Diplomacy Vol. 7, No. 1, 32–41.

Internetes források

Kultúrdiplomácia (2012): www.culturaldiplomacy.org (Letöltve: 2012. március 1.)

Legrangosabb fesztiváldíj: Festival Awards (2012): <http://www.festivalawards.com/> (Letöltve: 2012. március 10.)

Org4Org leírása a hivatalos honlapján: <http://org4org.eu/> (Letöltve: 2012. március 1.)

Interjúk

Bátorfy Attila újságíró, Kreatív Magazin, 2012. március 10.

Berta András nemzetközi kapcsolattartó, Sziget Iroda, 2012. március 13.

Delov Jávor dobos, Turbo (és a Random Trip tagja), 2012. március 19.

Fehér Balázs énekes, Carbonfools, 2012. március 18.

Lepés Gábor zenei producer és tag, Balkán Fanatik, 2012. március 14.

Takács Ákos kulturális menedzser, Red Bull Magyarország, 2012. március 9.

Újfalusi Gábor igazgató, Magyar Művelődési Intézet és Képzőművészeti Lektorátus, 2012. április 1.

Weyer Balázs alapító, Origo, 2012. április 10.

Saját kutatások

Fókuszcsoportos interjú 20 fővel, három csoporttal (két magyar 7-7 fős és egy 6 fős nemzetközi összetételű csoport), 2012. március 1., március 7. és március 10.

Kérdőíves felmérés az országimázs és zene kapcsolatáról külföldi és magyar egyetemisták körében angol nyelven, 2012. március 8–18.

A tanulmány a szerző The Creative Aspect of Country Branding – How Music Is Able to Influence the Country Image in Case of Hungary című tudományos diákköri dolgozata alapján készült.

Konzulens: Jenes Barbara

A dolgozat a BCE Közgazd. Campus 2012. évi Tudományos Diákköri Konferenciáján a Fogyasztói Magatartás és Marketingkutatás szekcióban II. helyezést ért el.

Szekciólista

A következő oldalakon a Budapesti Corvinus Egyetem Köz-
gáz Campus 2012. évi Tudományos Diákköri Konferenciájá-
nak szekciólistáját közöljük.

A magyar tőzsde jövője szekció

Meghirdető tanszék:

Befektetések és Vállalati Pénzügyek Tanszék

Szekciótitkár:

Dömötör Barbara tudományos segédmunkatárs

Agrárközgazdasági szekció

Meghirdető tanszék:

Agrárgazdaságtani és Vidékfejlesztési Tanszék

Szekciótitkár:

Török Áron PhD-hallgató

Agrártörténet

– személyes történelem szekció

Meghirdető tanszék:

Európai Gazdaságtörténeti és Gazdaságfejlesztési Kutató-
központ

Szekciótitkár:

Pozsgai Péter egyetemi docens

Befektetések

és vállalati pénzügyek szekció

Meghirdető tanszék:

Befektetések és Vállalati Pénzügyek Tanszék

Szekciótitkár:

Dömötör Barbara tudományos segédmunkatárs

E-business szekció

Meghirdető tanszék:

Infokommunikációs Tanszék

Szekciótitkár:

Duma László egyetemi docens

Egészségügy-gazdaságtan szekció

Meghirdető tanszék:

Egészség-gazdaságtani és Technológiaelemzési Kutató-
központ

Szekciótitkár:

Baji Petra PhD-hallgató

Európa szekció

Meghirdető tanszék:

Világgazdasági Tanszék

Szekciótitkár:

Miklós Gábor egyetemi tanársegéd

Fenntartható fejlődés és környezeti menedzsment szekció

Meghirdető tanszék:

Környezetgazdaságtani és Technológiai Tanszék

Szekciótitkár:

Benedek Zsófia egyetemi tanársegéd

Gazdaság- és fogyasztástörténet szekció

Meghirdető tanszék:

Szociológia és Társadalompolitikai Intézet
Gazdaság- és Társadalomtörténeti Kutatócsoport

Szekciótitkár:

Sárosi Mária egyetemi adjunktus

Gazdaságelemzés és gazdaságmodellezés I. szekció

Meghirdető tanszék:

Gazdasági Döntések Tanszék
Matematikai Közgazdaságtan és Gazdaságelemzés
Tanszék
Matematika Tanszék
Operációkutatás és Aktuáriustudományok Tanszék

Szekciótitkár:

Csató László PhD-hallgató

Gazdaságelemzés és gazdaságmodellezés II. szekció

Meghirdető tanszék:

Gazdasági Döntések Tanszék
Matematikai Közgazdaságtan és Gazdaságelemzés
Tanszék
Matematika Tanszék
Operációkutatás és Aktuáriustudományok Tanszék

Szekciótitkár:

Radványi Anna PhD-hallgató

Gazdaságfejlesztés és vállalkozástörténet szekció

Meghirdető tanszék:

Európai Gazdaságtörténeti és Gazdaságfejlesztési Kutató-
központ

Szekciótitkár:

Pozsgai Péter egyetemi docens

Gazdaságföldrajz, területfejlesztés szekció

Meghirdető Tanszék:

Gazdaságföldrajz Tanszék

Szekciótitkár:

Forman Balázs egyetemi docens

Gazdasági jog szekció

Meghirdető tanszék:

Gazdasági Jogi Intézet

Szekciótitkár:

Kolozs Borbála tudományos segédmunkatárs

Gazdasági rendszerek, intézmények, szabályozás szekció

Meghirdető tanszék:

Összehasonlító Gazdaságtan Tanszék

Szekciótitkár:

Székely-Doby András egyetemi adjunktus

Gazdaságpolitika szekció

Meghirdető tanszék:

Gazdaságpolitika Tanszék

Szekciótitkár:

Madár István egyetemi adjunktus

HR és szervezetfejlesztés szekció

Meghirdető tanszék:

Vezetéstudományi Intézet

Szekciótitkár:

Bácsi Katalin egyetemi tanársegéd

Információmenedzsment szekció

Meghirdető tanszék:

Információrendszerek Tanszék

Szekciótitkár:

Varga Krisztián PhD-hallgató

Informatika szekció

Meghirdető tanszék:

Számítástudományi Tanszék

Szekciótitkár:

Láng Blanka egyetemi adjunktus

Közgazdálkodás és közpolitika szekció

Meghirdető tanszék:

Közszolgálati Tanszék

Szekciótitkár:

Stecné Barati Izabella egyetemi docens

Magatartástudományi és kommunikációelméleti szekció

Meghirdető tanszék:

Magatartástudományi és Kommunikációelméleti Intézet

Szekciótitkár:

Sass Judit egyetemi docens

Marketingkommunikáció és média szekció

Meghirdető tanszék:

Marketing és Média Intézet

Média, Marketingkommunikáció és Telekommunikáció
Tanszék

Szekciótitkár:

Dörnyei Krisztina egyetemi adjunktus

Marketingkutatás és Fogyasztói Magatartás szekció

Meghirdető tanszék:

Marketingkutatás és Fogyasztói Magatartás Tanszék

Szekciótitkár:

Jenes Barbara tudományos segédmunkatárs

Marketingstratégia szekció

Meghirdető tanszék:

Marketing Tanszék

Szekciótitkár:

Mitev Ariel egyetemi adjunktus

Nemzetközi tanulmányok szekció – A nemzetközi politika elméleti és aktuális dilemmái

Meghirdető tanszék:

Nemzetközi Tanulmányok Intézet

Szekciótitkár:

Csicsmann László egyetemi adjunktus

Nemzetközi tanulmányok szekció – Az Európai Unió aktuális kérdései

Meghirdető tanszék:

Nemzetközi Tanulmányok Intézet

Szekciótitkár:

Csicsmann László egyetemi adjunktus

Pénzügy szekció

Meghirdető tanszék:

Pénzügyi és Számviteli Intézet Pénzügy Tanszéke

Szekciótitkár:

Kürthy Gábor egyetemi adjunktus

Pénzügyi számvitel szekció

Meghirdető tanszék:

Pénzügyi Számvitel Tanszék

Szekciótitkár:

Adorján Csaba egyetemi adjunktus

Politikatudományi szekció

Meghirdető tanszék:

Politikatudományi Intézet

Szekciótitkár:

Török Gábor egyetemi adjunktus

Statisztika és ökonometriai szekció

Meghirdető tanszék:

Statisztika Tanszék

Szekciótitkár:

Mák Fruzsina PhD-hallgató

Stratégiai menedzsment szekció

Meghirdető tanszék:

Vezetéstudományi Intézet

Vezetés és Szervezés Tanszék

Szekciótitkár:

Szabó Zsolt Roland egyetemi adjunktus

Szociológia szekció

Meghirdető tanszék:

Szociológia és Társadalompolitika Intézet

Szekciótitkár:

Vicsek Lilla egyetemi docens

Társadalmi jelenségek, elméletek szekció

Meghirdető tanszék:

Szociológia és Társadalompolitikai Intézet

Gazdaság- és Társadalomtörténeti Kutatócsoport

Szekciótitkár:

Sárosi Mária egyetemi adjunktus

Turizmus és Közlekedés szekció

Meghirdető tanszék:

Gazdaságföldrajz Tanszék

Szekciótitkár:

Ásványi Katalin PhD-hallgató

Üzleti döntések

Meghirdető tanszék:

Vállalatgazdaságtan Intézet

Döntésemélet Tanszék

Szekciótitkár:

Esse Bálint egyetemi tanársegéd

Vállalatgazdaságtan I. szekció – Sportmenedzsment

Meghirdető tanszék:

Vállalatgazdaságtan Intézet

Üzleti Gazdaságtan Tanszék

Szekciótitkár:

Kazainé Ónodi Annamária egyetemi tanársegéd

Vállalatgazdaságtan II. szekció – Nemzetközi vállalatok – Logisztika

Meghirdető tanszék:

Vállalatgazdaságtan Intézet

Üzleti Gazdaságtan Tanszék

Logisztika és Ellátási Lánc Menedzsment Tanszék

Szekciótitkár:

Kiss János egyetemi adjunktus

Vállalkozás szekció

Meghirdető tanszék:

Vállalkozásfejlesztési Intézet

Kisvállalkozás-fejlesztési Központ

Szekciótitkár:

Kiss Ágnes tudományos segédmunkatárs

Vállalkozásfejlesztés szekció

Meghirdető tanszék:

Stratégia és Projektvezetés Tanszék

Szekciótitkár:

Blaskovics Bálint PhD-hallgató

Versenypolitika (Mikroökonómia) szekció

Meghirdető tanszék:

Mikroökonómia Tanszék

Szekciótitkár:

Bakó Barna egyetemi tanársegéd

Vezetés és szervezés, controlling szekció

Meghirdető tanszék:

Vezetéstudományi Intézet

Szekciótitkár:

Szabó Zsolt Roland egyetemi adjunktus

Világgazdasági szekció

Meghirdető tanszék:

Világgazdasági Tanszék

Szekciótitkár:

Vigvári Gábor egyetemi tanársegéd

